



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

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN PERIODISMO PARA PRESA, RADIO Y
TELEVISIÓN**

**COBERTURA DE LA AGENDA DE LA CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA
BENJAMÍN CARRIÓN DESDE EL PERIODISMO CULTURAL EN LA PRENSA
ESCRITA, 2014**

Estefany Paola Flores Molina

Directora: Ph.D Carolina Larco

Quito, 2017

A mis papás

Que a pesar de las dificultades

Siempre han llenado mi vida

De amor y alegría

¡Qué su luz guíe mi camino

Siempre!

AGRADECIMIENTOS

A mi familia tan numerosa,
especial y única
donde descubrí qué tan
cálida pude ser el alma

A mis hermanos y amigos
scout,
siempre es bueno volver donde
uno fue verdaderamente feliz

A Cynthia, Cristina y Amparito
mis guambras locas y felices.

Aquí estamos ahora
en esta aventura de ser grandes

A Carla, con quien juntas
de la mano, descubrimos
el amor al periodismo
y a la vida

A los panas
¡Qué siempre encontremos
una excusa y una biela
para vernos y celebrar!

ÍNDICE

Introducción.....	8
Capítulo I: La Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión.....	12
1.1 Influencia de José Vasconcelos.....	12
1.2 Ideología de la Cultura Nacional.....	14
1.3 Revolución de la Gloriosa.....	15
1.4 Teoría de la Casa de la Cultura.....	17
1.5 Contexto actual de la Casa de la Cultura.....	21
1.5.1 Ley de Cultura Ecuador.....	24
1.5.2 Sistema Nacional de Cultura.....	26
1.6 Situación política actual de la Casa de la Cultura Ecuatoriana.....	27
1.6.1 Políticas culturales en el contexto actual.....	34
1.7 Descripción de la agenda cultural y difusión externa.....	44
Capítulo II: Análisis de Contenido y Relaciones Empresa-Prensa.....	47
2.1 Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido.....	48
2.1.1 El significado del texto: contexto comunicativo y sentido social y cognitivo.....	49
2.1.2 Metodología del análisis de contenido.....	51
2.1.3 Análisis de contenido según la selección de comunicación estudiada.....	52
2.1.4 Análisis de contenido según la selección de las categorías.....	54
2.1.5 Análisis de contenido según el diseño de análisis del objeto de estudio.....	55
2.1.6 Análisis de contenido según los parámetros de medición y evaluación.....	57
2.1.7 Técnicas del análisis de contenido.....	58
2.1.8 La normalización de los procedimientos de análisis: el protocolo.....	58
2.1.9 La ficha de análisis: plantilla para el registro de datos.....	59
2.1.10 El libro de código: guía para la segmentación del corpus.....	60
2.2 Comunicación corporativa externa en las relaciones de prensa.....	64
2.2.1 La estructura de los servicios de prensa.....	68
2.2.2 El encargado de prensa y sus cometidos.....	69

2.2.3 El gabinete de prensa y su organización.....	70
2.2.4 Ofertas y demandas de información a los servicios de prensa.....	71
2.2.5 La estrategia: programación, públicos y soportes.....	72
2.2.6 Programación puntual y anual de prensa.....	72
2.2.7 Identificación de públicos destinatarios y soportes.....	73
2.2.8 Formatos y rutinas tácticas para las relaciones de prensa.....	74
2.2.9 Métodos de evaluación y control de resultados.....	76
Capítulo III: Periodismo Cultural.....	80
3.1 Ámbitos y contextos del periodismo cultural.....	81
3.2 Estudios sobre el tema.....	81
3.3 El panorama Latinoamericano.....	82
3.3.1 El camino hacia el periodismo cultural contemporáneo en la modernidad de América Latina.....	83
3.4 Factores de interés y criterios de valoración para la elaboración de la información cultural.....	88
3.5 La construcción mediática de representaciones sobre cultura.....	92
3.5.1 Las representaciones de cultura en la prensa.....	93
3.6 El Telégrafo y el tratamiento informativo de lo cultural.....	94
3.7 Construcción de la noticia cultural (El Comercio).....	94
3.8 Perfil del lector.....	97
3.9 Línea editorial.....	97
3.10 Coyuntura.....	99
3.11 Fuentes de reportería y pauta de contenidos.....	100
3.12.1 Fuentes Institucionales.....	100
3.12.2 Agenda Propia.....	101
3.12.3 Fuentes del periodismo cultural.....	101
3.13 Los géneros de la información cultural.....	104
3.13.1 La noticia cultural.....	104
3.13.2 La crónica cultural.....	106

3.13.3 El reportaje cultural.....	106
3.13.4 La entrevista cultural.....	107
3.14 Nuevas preocupaciones del periodismo cultural.....	107
3.15 Cibercultura y conductas tecnoculturales.....	108
 Capítulo IV: Diagnóstico de la agenda cultural dela de la Casa de la Cultura	
Ecuatoriana en la prensa.....	109
4.1 Objeto de Estudio.....	109
4.2 Metodología de la Investigación.....	110
4.3 Análisis de resultados.....	111
4.4 Datos de identificación.....	114
4.5 Características de la Información.....	117
4.6 Enfoque de la comunicación externa en las relaciones con la prensa.....	124
4.7 Enfoque del periodismo cultural.....	126
4.8 Diferencias entre El Comercio y El Telégrafo.....	128
Conclusiones.....	133
Referencia Bibliográfica.....	136
Anexos.....	138

ÍNDICE DE TABLAS Y CONTENIDOS

Cuadro 1: Visión y Misión de la CCE 2012 -2015.....	37
Cuadro 2: Objetivos estratégicos y operativos de la CCE.....	38
Cuadro 3: Planificación de la CCE a nivel institucional.....	39
Cuadro 4: Valores Institucionales, tomado de la página web de la CCE.....	40
Cuadro 5: Principios Institucionales de la CCE.....	41
Cuadro 6: Mapa estratégico de la CCE.....	43
Cuadro 7: Canales de difusión externos de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión.....	46
Cuadro 8: Creación Cultural. Fuente: El periodismo cultural. Rivera.....	88
Figura 1: Comparación Jerarquía Telégrafo y Comercio Junio 2014.....	116
Figura 2: Comparación de la jerarquía Diario El Telégrafo / El Comercio Agosto 2014.....	117
Figura 3: Comparación Coherencia titular/texto Telégrafo Comercio Junio 2014.....	118
Figura 4: Comparación Coherencia titular/texto Diario El Telégrafo y El Comercio Agosto 2014.....	119
Figura 5: Contrastación de fuentes Diario Telégrafo y Comercio Junio 2014	120
Figura 6: Comparación Contrastación de Fuentes Diario El Telégrafo y El Comercio Junio 2014.....	121
Figura 7: Comparación Géneros Periodísticos Diario El Telégrafo y El Comercio Junio 2014.....	123
Figura 8: Comparación Géneros Periodísticos Diario El Telégrafo y El Comercio Agosto 2014.....	124

INTRODUCCIÓN

El periodismo cultural ha sido relegado, poco a poco, por temas que, aparentemente, causan mayor interés en las audiencias. Las noticias relacionadas con el cine, el arte, la pintura, el teatro y la danza generan poca rentabilidad económica para las grandes empresas periodísticas. Por esta razón, los medios cada vez han ido reduciendo el espacio que brindan a la cobertura de este tipo de eventos.

El autor Francisco Rodríguez Pastoriza expone la importancia de la prensa escrita a pesar de que la sociedad ideó métodos y fórmulas de comunicación efectivas al margen de los medios escritos. La prensa ha sido durante mucho tiempo el más respetado de los medios de comunicación y ha impuesto su hegemonía a los restantes. Su legitimación se fundamenta en el poder del hombre alfabetizado sobre la gran masa analfabeta. (Rodríguez, P. 2006)

De forma particular, la prensa escrita ha reducido drásticamente sus lectores debido a la revolución tecnológica, que permite a la audiencia estar informada constantemente y en tiempo real. Por ello, diarios y periódicos han optado por emplear estrategias y recursos enfocados a generar rentabilidad económica para lograr que estas empresas subsistan.

De esta manera, es fácil percatarse que temas como fútbol, crónica roja o noticias *light* abarcan muchas más páginas en los diarios de todo el mundo. Ese tipo de elementos, cargados de sensacionalismo, morbo y poca profundización, provocan que la audiencia genere expectativa en la continuidad de las notas, que capta mayor atención para la pauta publicitaria y provoca ganancia a la empresa. Así es como géneros periodísticos más elaborados como reportajes y crónicas relacionados con manifestaciones artísticas y culturales han perdido el interés de las masas, y por ello, poco a poco han sido relegados.

La cultura debe ser un fuerte en el acervo de pueblos y naciones. Todas las manifestaciones artísticas que muestren la riqueza de todas las etnias y nacionalidades del país, no solo la cultura oficial. Así como lo mencionó años atrás el suscitador ecuatoriano Benjamín Carrión, quien construyó un ideario nacional para motivar a los ecuatorianos a enorgullecerse de su "*pequeña gran patria*".

Por esto, se seleccionó el periodismo cultural y específicamente el tratamiento que dos de los diarios nacionales más influyentes del país dan a las noticias culturales: *El Comercio* y *El Telégrafo*. De igual forma, se tomó como referente a la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión, como la institución cultural autónoma más representativa del país para medir en qué manera estos diarios nacionales cubren la agenda cultural de esta institución.

Es importante mencionar que la Casa de la Cultura es una de las instituciones más importantes en términos de cultura del país, considerada como un actor multiplicador del pensamiento nacional desde hace más de setenta años. La CCE es un organismo autónomo que tiene resonancia a nivel internacional y promueve todas las manifestaciones artísticas y culturales; por medio de eventos, conciertos, presentaciones, lanzamiento de libros, entre otros.

Al ser la Casa de la Cultura un espacio para el público, la difusión de los eventos culturales y artísticos de esta institución no alcanzan al público al que está orientado. En esta investigación se plantea que los temas culturales no son noticia en los medios de comunicación, por lo cual, difundirlos no es un asunto prioritario. De esta manera, resulta necesario establecer cuál ha sido la incidencia de los medios en los eventos que genera la CCE como un espacio democrático.

La Casa de la Cultura Ecuatoriana presenta una agenda mensual de los eventos que va a realizar, y que en su mayoría, son gratuitos. Los medios, entre ellos, la prensa escrita destinan un espacio para la cobertura de los mismos. Sin embargo, su apertura a rasgos generales resulta deficiente en relación a la sección cultural y de forma general, en el espacio informativo de estos medios.

La cobertura que la prensa escrita da a la sección cultural, y de forma proporcional, a la agenda cultural de la Casa de Cultura resulta escasa en relación a las necesidades de esta institución. Parece que las necesidades informativas de la prensa de Quito distan del ejercicio del periodismo cultural.

Por esta razón, esta investigación estará orientada a identificar cuáles son las causas para que no se brinde una cobertura eficiente a la agenda de la CCE, sea un error de los medios al dar prioridad a otro tipo de temas, o en su defecto, un error del equipo de comunicación

de la institución al no preparar un plan de medios para una difusión eficiente de sus actividades.

Se ha decidido hacer un análisis de contenido de la sección cultural de los diarios nacionales: *El Comercio* y *El Telégrafo*. El tiempo en el que se ha tomado la muestra son los meses de junio y agosto del 2014. Particularmente, se ha escogido este lapso de tiempo debido a que en el mes de agosto la CCE celebra el aniversario de sus 70 años de fundación y se pretende establecer una relación entre un mes donde no se presentan tantas actividades en la institución y otro programado con los eventos del aniversario 70 de la CCE.

En el primer capítulo se abordarán los tres principales antecedentes para la creación de la Casa del Cultura Ecuatoriana: el pensamiento de Benjamín Carrión, la Guerra del 41 y la Revolución de la Gloriosa. Este capítulo presentará también la situación actual de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión, en ámbitos políticos e institucionales.

En el segundo capítulo se explicarán dos ejes teóricos: la teoría de Análisis de Contenidos del autor español José Luis Piñuel Raigada; y bordeando a breves rasgos el campo de la comunicación organizacional se analizará la comunicación corporativa externa en las relaciones de prensa planteada por el mismo autor.

En un tercer capítulo se tomarán las características principales del *periodismo cultural* y se expondrá la perspectiva de varios autores sobre este campo del periodismo enfocado en los medios impresos. Esta parte de la teoría será de gran importancia en el análisis para identificar en qué medida los medios *El Comercio* y *El Telégrafo* trabajan en su secciones de cultura, y de forma puntual, en los temas relacionaos con la agenda mensual de la Casa de la Cultura Ecuatoriana.

Para finalizar, en el cuarto capítulo se analizará la sección cultural de los dos diarios nacionales *El Comercio* y *El Telégrafo* en los meses de junio del 2014 y agosto del 2014, para identificar las noticias que hacen referencia a la agenda cultural de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión. Este análisis se efectuará en base a una matriz elaborada previamente con referencia a la teoría de Análisis de Contenido del español José Luis Piñuel Raigada.

De esta manera se comprobará si la cobertura de la prensa es escrita es o no escasa al momento de cubrir las actividades y eventos culturales que ofrece la CCE, tomando en cuenta las tres teorías mencionadas anteriormente.

CAPÍTULO I:

BENJAMÍN CARRIÓN Y LA CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA

La creación Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión no fue un hecho aislado ni aleatorio. El contexto histórico, político y social del Ecuador y del mundo, en la década de los 40 permitió que esta institución levante sus cimientos. Nuevas formas de pensamiento nacieron como consecuencia de las guerras, y a raíz del surgimiento de nuevos movimientos sociales en el país. Era preciso, pues, abordar caminos alternos como la cultura para construir un nuevo concepto de identidad nacional.

El suscitador ecuatoriano Benjamín Carrión fue el actor principal para poner en marcha la recuperación del ideario nacional. Los diferentes cargos que Carrión desempeñó en sus primeros años, le permitieron dimensionar todo el avance cultural e intelectual que se suscitaba en el panorama Latinoamericano; en especial, en México, gracias a José Vasconcelos. De esta manera, Benjamín Carrión se percató de que el Ecuador necesitaba una revolución; pero esta vez, desde el ámbito intelectual: la literatura y la ciencia, el conocimiento científico y las artes (Tinajero, 2013).

1.1 INFLUENCIA DE JOSÉ VASCONCELOS

Benjamín Carrión conoció al pensador mexicano José Vasconcelos por medio de la autora chilena Gabriela Mistral. Vasconcelos llevó a cabo varios programas en el ámbito cultural, científico e intelectual en su país. La gran admiración que Benjamín Carrión guardaba a la labor humanística del intelectual mexicano se manifestó en reflexiones que el autor ecuatoriano hizo en varias de sus principales publicaciones. (Tinajero, 2013). Tiempo después, Carrión adoptó parte del pensamiento Vasconcelos, junto con todo su acervo cultural adquirido en Europa y publicó la Teoría de la Casa de la Cultura en 1944.

José Vasconcelos se comprometió a desarrollar el campo científico, cultural y humanístico de su país desde 1930, cuando fue nombrado Rector de la Universidad Nacional. De forma inmediata, presentó un Proyecto de Ley para federalizar la enseñanza y crear la Secretaría de Educación Pública, la cual estuvo a su cargo. Con el surgimiento de esta institución, Vasconcelos emprendió varios proyectos, todos enfocados en la ciencia, la investigación, las artes plásticas y llevar el conocimiento hacia los pueblos (Sarabia, 1989).

José Vasconcelos dio apertura a promover el arte y la literatura en país. Varios de los muralistas mexicanos más importantes de los años 40 como Orozco, Siqueiros, Rivera y Alva de la Canal pintaron los principales edificios anexados a la Secretaría de Educación Pública de México. Bajo la influencia suya también se construyeron algunas bibliotecas y una editorial que publicó desde los evangelios, hasta los principales clásicos de la literatura universal; incluyeron a Cervantes, Shakespeare, Homero, Platón, Dante, Esquilo, Eurípides, Goethe, entre otros (Sarabia, 1989).

La música también fue parte importante del proyecto fomentado por el pensador mexicano. [...] *la música debía cumplir una misión civilizadora para el pueblo y solo así, podrá penetrar en su espíritu* [...] (Sarabia, 1989). Desde la Secretaría de Educación pública, José Vasconcelos promulgó la difusión de grandes compositores musicales clásicos: Bach, Mozart, Wagner, Schubert, Berlioz y Beethoven a toda la nación.

Según lo menciona el ensayista ecuatoriano Fernando Tinajero, quién ha abordado de manera amplia la vida y obra de Benjamín Carrión; el pensador ecuatoriano observó y admiró la labor educativa y cultural que realizó José Vasconcelos. Carrión incluso describió de forma detallada en una de sus obras: “Los creadores de la nueva América” (1979), todo el entusiasmo que le provocó el pensamiento de Vasconcelos y su trabajo en la Secretaría de Educación Pública (Tinajero, 2013).

Gracias a José Vasconcelos, Benjamín Carrión pudo anticipar la importancia de fomentar el desarrollo cultural, artístico, científico y literario en el país. Este proyecto no solo ayudó a fomentar la “*idea civilizadora*” que mantenía Carrión, y que pretendía, en un principio, establecer la cultura hispana como la cultura oficial de los ecuatorianos, sino que también con el pasar de los años y con la influencia de las nuevas corrientes socialistas, Benjamín Carrión en un intento casi utópico pretendió establecer en el mismo espacio la cultura oficial y el trabajo de artesanos como los Otavalos y los Salasacas (Tinajero, 2013).

1.2 IDEOLOGÍA DE LA CULTURA NACIONAL

Benjamín Carrión centró su actitud mental y humana en cuatro ideas básicas: libertad, cultura, justicia y servicio a los demás. En sus obras se encuentran de una manera u otra, a veces mezclándose, los cuatro ángulos afirmados en un centro sentimental: la buena fe de las personas. Decía Carrión que la buena fe no es más que un asunto de confianza en la bondad del hombre (Tinajero, 2013).

El año de 1941 significó un tiempo de pérdidas para el Ecuador, no solo en términos territoriales. La derrota del Ecuador en la guerra, y la posterior firma del Protocolo de Río de Janeiro con Perú produjeron en los ecuatorianos un sentimiento profundo de orfandad. El Ecuador que todos conocían había desaparecido. Como lo expresa el propio Benjamín Carrión: “*Se produjo una poda en el territorio nacional*”, y con ella, se mutiló la identidad de los ecuatorianos (Tinajero, 2013)

La propuesta de Carrión para reivindicar a la nación con la creación de una ideología nacional, tomó fuerza después de 1942. La situación política y social del Ecuador en esos años era turbia: transcurría una guerra mundial, el Ecuador había perdido una guerra con su vecino país Perú, los gobiernos de turno eran efímeros y paulatinamente se organizaban nuevos movimientos sociales: juveniles y de trabajadores.

Las *Cartas al Ecuador* publicadas por Carrión, buscaban levantar el “espíritu nacional” de los ecuatorianos, para compensar de alguna manera la vergüenza de una guerra que se perdió. El país necesitaba una chispa para encender nuevamente el espíritu patriótico y fue Carrión el encargado de otorgar esa primera chispa, como el inicio de todo un proyecto.

En su undécima publicación de sus *Cartas al Ecuador*, Benjamín Carrión escribió un fragmento que puede considerarse como la esencia de la función de lo que consideró como la ideología de la cultura nacional. En su texto, el autor ecuatoriano mencionó que, en esa época el país se encontraba sufriendo las consecuencias de sus propios errores militares y políticos. Según el autor, ese era el momento preciso para hacer un “*examen de conciencia nacional*” seguido de un “*propósito de enmienda*” como un acto de amor a la Patria (Tinajero, 2013).

Carrión vio en la disminución del territorio, una oportunidad para levantarse en el futuro, pesar de la derrota y del estado emocional en el que se encontraba la nación, El ideal fue acrecentar su espíritu con viejas y venideras glorias que hagan que la nación se enorgullezca de sí mismo. Esta caída, según Carrión, solo pudo ser un impulso para reaccionar, y no permitir que al Ecuador se le arrebate la voluntad de vivir (Tinajero, 2013).

El suscitador ecuatoriano puso en manifiesto una serie de valores colectivos que necesitaban ser incorporados en el imaginario de los ecuatorianos. Todo el mundo reconocería al Ecuador como la cuna de grandes hombres: sabios y honestos. Los ojos extranjeros mirarían a esta nación con respeto y admiración. El país se levantaría en torno a la cultura y sería conocido por los países hermanos como un pueblo grande en términos de espiritualidad, democracia sólida, de vida tranquila y honesta (Tinajero, 2013).

La fundación de la Casa de la Cultura constituyó un factor importante en la formulación de una política cultural en el país. Además se convirtió, desde sus orígenes, en la antena de difusión de todas las corrientes del pensamiento nacional. Así es como esta institución fue un ejemplo para otros países en la creación de instituciones que cumplieron la misma función (Handelsman, 1948).

1.3 REVOLUCIÓN DE LA GLORIOSA

El pensamiento de Benjamín Carrión continuó formándose hasta caer en tierra fértil, en el año de 1944, con la Revolución del 28 de Mayo, encontró la ocasión para dar fruto. De esta manera, la Casa de la Cultura es inseparable en su origen de aquella insurrección civil y militar, que rechazó la tradición academicista y elitista de la cultura, y que terminó con el gobierno de Carlos Alberto Arroyo del Río (Tinajero, 2013).

La Gloriosa se consideró como una revolución que surgió por la unificación de fuerzas vivas, grupos sociales y grupos opositores –de izquierda y derecha-; en oposición al gobierno de Arroyo del Río, a quien derrocaron. Esta revuelta nacional buscó un cambio social profundo, y se manifestó después como un movimiento reformista, que dio lugar a la construcción de varias instituciones (Lema, 2014).

La conmoción política y social en el Ecuador aumentó con los años. Los gobiernos de la época fueron inestables, y poco a poco comenzó a gestarse una revolución nacional desde los movimientos sociales. “La Gloriosa” se convirtió en la mayor movilización política y social del siglo XX en el país. Este levantamiento fue un precedente para la creación de la Casa de la Cultura Ecuatoriana y también de otras instituciones como el Tribunal Supremo Electoral, la Sede de Garantías Sociales y la Federación de Estudiantes Universitarios del Ecuador (FEUE) (Lema, 2014).

Después de la derrota de José María Velasco Ibarra en 1940, se propició un cambio en la democracia del país. En las calles, los simpatizantes del *velasquismo* protestaron contra un posible fraude electoral. Velasco Ibarra llevó la política a las calles y manifestó que las plazas y calles eran espacios donde los ciudadanos podían expresar sus ideas. Así, las organizaciones y movimientos sociales se tomaron el espacio público y protestaron contra el gobierno de Carlos Arroyo del Río (Torre, 2006).

De esta manera, surgió la Revolución de La Gloriosa en la ciudad de Guayaquil. La alianza entre las diferentes ideologías del país: los partidos Socialista y Comunista, los sindicatos y asociaciones obreras; dieron paso a la creación del movimiento Acción Democrática Ecuatoriana (ADE), motor principal en la revolución (Lema, 2014). Esa alianza buscó terminar con el fiasco que ocasionó Arroyo del Río, y fue la muestra clara de que estaba surgiendo un espíritu nacionalista en el Ecuador.

La Revolución de mayo de 1944, se convirtió en el hecho propicio para que los diversos sectores del país se integraran en pro de un ideal común: la búsqueda de un cambio profundo en todos los ámbitos del estado; sociales, políticos, económicos y culturales. La participación de todos los sectores en este proceso, incluyendo: los indígenas, los trabajadores agrícolas, y los estudiantes, permitió convertir en realidad la idea de una ideología nacional (Lema, 2014).

El presidente Velasco Ibarra mencionó en un discurso a la Asamblea Popular de Trabajadores que la Gloriosa fue la única forma de salvar al país. Es posible justificar cómo un proceso político y social se convirtió en una esperanza para una nación que estaba devastada en su orgullo (Espinosa & Larco, 2012).

La unión de los diferentes movimientos sociales, y partidos políticos produjo lo que Benjamín Carrión había propuesto pocos años atrás: Una reivindicación nacional, una revolución desde lo más profundo de los cimientos de la patria iba a lograr levantar el espíritu patriótico de los ecuatorianos.

La “*gran nación pequeña*” como se refería Benjamín Carrión al Ecuador, hizo alusión a una patria que estaba comenzando a surgir; Carrión utilizó esta paradoja para enaltecerla. País que debía construirse en la grandeza de sus hombres y no lamentarse por las derrotas pasadas (Tinajero, 2013).

1.4 TEORÍA DE LA CASA DE LA CULTURA

Benjamín Carrión adoptó la teoría de Arnold J. Toynbee sobre el sauce podado, una alusión a la fecundidad del insuficiente: sacar fuerzas de la flaqueza. Ser una pequeña gran patria, por su vocación a la cultura y a la libertad. Al crear la Casa de la Cultura Ecuatoriana no solo estaría implementando dentro del estado una institución encargada del quehacer cultural del país, sino propiciando una reivindicación de la identidad nacional. (Tinajero, 2013).

Con este símil el Ecuador tomó el papel del sauce podado. El árbol que tenía gran poder en sus raíces y su tronco. Las ramas que le quedaban, sanas y vitales, crecerían en altura y se robustecerían. Pero era necesario guiarlas, dirigir las, para que la esencia no se pierda, para que los brotes nuevos sean la reproducción de su esencia (Tinajero, 2013).

Carrión hizo una analogía entre las raíces y el tronco del sauce podado con la capacidad científica, artística y creadora de los ecuatorianos. Estas raíces se robustecerían y levantarían la moral de una patria decaída. Precisamente el papel de la Casa de la Cultura era encaminar estas raíces para que la identidad de los ecuatorianos no se perdiera (Tinajero, 2013)

Carrión publicó la “Teoría de la Casa de la Cultura” como parte de sus ensayos *Cartas al Ecuador*. Con lo cual, dio paso a la creación de la institución más importante en términos de cultura del Ecuador. El suscitador ecuatoriano recibió el apoyo del entonces Ministro de Educación, Dr. Alfredo Vera, y gracias a él, del presidente José María Velasco Ibarra. Así

fue como la madrugada del 9 de agosto de 1944, mediante el decreto No 707, se oficializó la creación la Casa de la Cultura Ecuatoriana (Tinajero, 2013).

La Casa de la Cultura Ecuatoriana se creó con sede en la Capital de la República del Ecuador, sus funciones: dirigir y orientar de las actividades científicas, intelectuales, culturales y artísticas nacionales. El promotor de este proyecto, Benjamín Carrión, planteó que la finalidad de este organismo esté encaminada a brindar el apoyo necesario material y espiritual para la creación de la obra cultural en todo el país (Tinajero, 2013).

La creación de esta institución fue una respuesta positiva a la serie de acontecimientos sucedidos en el país entre 1940 y 1944, ajena a toda clase de sentimientos vengativos. La idea surgió como una contestación alegre y optimista, al conjunto de inconvenientes que desmoronaron al país. El lema de “*Cultura y libertad*” fue la esencia misma de los propósitos nacionales de la época. Libertad de los malos gobiernos, de las guerras y la derrota; para encaminarse a la construcción de una nueva *pequeña gran patria* (Tinajero, 2013).

El progreso del país fue fundamental para el proyecto planteado por Benjamín Carrión. Por lo cual, destinó un gran esfuerzo a la investigación y la divulgación científica; sobre todo con fines de aplicación técnica a la realidad del Ecuador. De igual manera, apostó al aprovechamiento de la cultura extranjera. Los valores científicos, y artísticos internacionales, en manos de grandes eruditos, era propicios para situar al Ecuador en un proceso de modernización y de educación (Tinajero, 2013).

Los primeros postulados delimitaron las funciones y las actividades en las que iba a participar la Casa de la Cultura Ecuatoriana. Su función principal fue: crear y robustecer el pensamiento en todas sus aéreas, con bases nacionales. De igual forma, Benjamín Carrión señaló la importancia del apoyo que esta institución debía brindar hacia la investigación, que pueda ser de utilidad para todo el país. El conocimiento y la educación también se hallaron dentro de este plan de trabajo, con la finalidad de capacitar a los ecuatorianos y lograr un desarrollo racional, técnico; con miras a la modernidad. (Tinajero, 2013).

Todos estos términos fueron los planteamientos base para la creación de la Casa de la Cultura Ecuatoriana y antecedieron al decreto que el presidente José María Velasco Ibarra

promulgó para concretar la creación de esta institución. Después de la firma del decreto de fundación de la CCE, Benjamín Carrión creó la ley constitutiva de este nuevo organismo público (Tinajero, 2013).

A continuación, se muestran los artículos tomados del decreto constitutivo de la Casa de la Cultura:

- a) La organización de conferencias que serán dictadas por nacionales capacitados en las distintas actividades culturales y por extranjeros de reconocido valor, invitados por la Institución;
- b) La fundación de una editorial en la que se publiquen, de preferencia, los clásicos nacionales y las obras de escritores ecuatorianos contemporáneos, tanto científicas como artísticas y literarias, previo informe de la respectiva comisión;
- c) La organización de exposiciones científicas y artísticas, dentro de la República y fuera de ella;
- d) El envío de misiones culturales, por todo el territorio de la República y a países del Continente;
- e) La concesión de premios nacionales para la obra de escritores, hombres de ciencia y artistas;
- f) La proposición al Ministerio de Educación Pública de candidatos para la obtención de becas en el exterior y el señalamiento de materias de estudios a realizarse;
- g) La publicación de una Revista de la Casa de la Cultura y de revistas especializadas;
- h) El estímulo y la organización del teatro, la música y la coreografía nacionales;
- i) La dirección y perfeccionamiento de las artes populares; y
- j) El estímulo para la creación de institutos de altos estudios y de investigación científica. (Handelsman, 1948)

Estos artículos recogieron la esencia del pensamiento de Carrión fundamentalmente y de varios intelectuales de la época para reconstruir una nueva patria. La posibilidad de crear una editorial independiente que se preocupe por el trabajo de los autores nacionales clásicos y contemporáneos; así también los incentivos que esta institución otorgaría a los autores, artistas y expositores como un reconocimiento a su esfuerzo y trabajo.

Es posible advertir la influencia del pensamiento de José Vasconcelos en la elaboración de la ley constitutiva de la Casa de la Cultura Ecuatoriana. Elementos como la creación de editoriales que den prioridad a autores nacionales y la conformación de misiones culturales

que recorran el país, reflejan la admiración que Carrión guardaba por la obra ya realizada por el suscitador mexicano.

Benjamín Carrión tomó en cuenta también la participación del Estado en su tarea de reconstruir la patria. A través del Ministerio de Educación Pública, el suscitador ecuatoriano buscó promover becas para artistas, científicos y escritores en el exterior; con el fin de buscar la apertura al conocimiento y divulgación científica.

En términos de civismo, la CCE fue la promotora de levantar el ánimo nacional, de reubicar al país en sus glorias y en sus esperanzas. El Ecuador iba a experimentar una nueva revolución, alejada completamente de las guerras y la muerte. Esta revolución fue el primer paso para llevar al país a la modernización, en todos los ámbitos posibles.

Desde la primera Junta General de la CCE, se sentaron en torno a la misma mesa intelectuales conservadores y liberales Jacinto Jijón y Caamaño y Joaquín Gallegos Lara, Aurelio Espinosa Pólit y Enrique Gil Gilbert. De este modo, la creación de una institución como la CCE fue la institucionalización de la ideología de la cultura nacional. Tal vez por esta razón ha sido capaz de sobrevivir tormentas que han sacudido sus cimientos y han amenazado destruirla (Tinajero, 2013).

El Ecuador conoció, por primera vez en su historia, la aplicación sistemática y coherente de una política cultural. Sus principios se desprendían del decreto de fundación de la Casa de la Cultura y se reducían a la aceptación de las obligaciones que al Estado le corresponden frente a la cultura y al reconocimiento simultáneo de su falta de competencia para intervenir por sí mismo en la dirección de los quehaceres culturales (Tinajero, 2013).

1.5 CONTEXTO ACTUAL DE LA CASA DE LA CULTURA

La Casa de la Cultura Ecuatoriana ha cumplido un papel destacado, sobre todo en las décadas del cuarenta y cincuenta; incluso la mitad de los sesenta. Esta institución sacudió la conciencia nacional, que evidentemente fue golpeada en su orgullo. Después, ese papel se ha venido a menos con la aparición de editoriales privadas; y actualmente, hay un mercado del arte con circuitos privados. Es decir, el papel de la Casa de la Cultura ya no es único, ni excluyente, ni determinante, es un papel, entre otros (Pérez, Rendición de Cuentas 2014, 2014)

Esto significa que la Casa de la Cultura debe acomodarse a los nuevos tiempos, a la revolución tecnológica, las nuevas herramientas y nuevas formas de comunicar. No puede seguir viviendo con el mismo pensamiento con el que nació, y tiene que responder a retos que son del presente, que fueron desconocidos para el fundador de la Institución.

La Casa de la Cultura ha permanecido en pie por 70 años. Ahora, tomó el nombre de su fundador: Benjamín Carrión y sus propósitos no difieren mucho de los propuestos años atrás. (Torres, 2014). En la actualidad, la CCE ha priorizado la democratización del conocimiento, de la cultura y de las artes. A opinión de su actual presidente, Raúl Pérez Torres *“no es la misma Casa elitista como fue concebida, reconoce la pluriculturalidad y la multiculturalidad de sus pueblos, y esto se demuestra con los 23 núcleos provinciales distribuidos a lo largo y ancho del país”* (Pérez, 2014).

El escritor ecuatoriano Raúl Pérez Torres es el actual presidente de esta Institución y manifestó su compromiso con la democratización de la CCE en el discurso que ofreció por el 70 aniversario de su creación de esta Institución en agosto del 2014. A opinión del escritor ecuatoriano: *el Ecuador está atravesando nuevamente por una revolución: la Revolución Ciudadana; pero esta revolución necesita complementarse con una revolución cultural para no “quedarse manca o coja”* (Pérez, 2014).

La Casa de la Cultura Ecuatoriana se ha convertido en un espacio público, democrático, descentralizado e incluyente; cuyo mensaje se socializa en los 23 Núcleos Provinciales. En estas palabras, el actual presidente expresó el trabajo conjunto que mantiene con todos los presidentes de los 23 Núcleos Provinciales, y que en este tiempo se ha experimentado un

cambio en la Institución. *“La prioridad ahora es transmitir la cultura a cada rincón de la patria y no solo en las grandes ciudades”*. (Pérez, 2014)

Actualmente, la Casa de la Cultura Ecuatoriana está dedicada al servicio de los sectores populares del país. La institución se encuentra bajo la responsabilidad de dirigentes, gestores culturales y artistas comprometidos por cumplir con la democratización de la cultura. La CCE toma a los sectores populares no solo como público. Esta parte de la población también representa fuentes de creación artística. Los programas delineados en función de los objetivos que persigue la Institución, buscan el acercamiento popular. (Casa de la Cultura Ecuatoriana)

El 3 de enero del año 2006 la Casa de la Cultura Ecuatoriana promulgó su Ley Orgánica No. 179, en donde se propuso lo siguiente:

- a) Orientar el desarrollo de la cultura nacional y universal, estimular su conocimiento y difundir los valores de la cultura ecuatoriana en el ámbito nacional e internacional;
- b) Integrar a las diversas culturas del país, en condiciones de igualdad, mediante programas e iniciativas culturales, para consolidar y fortalecer la identidad de la nación ecuatoriana;
- c) Fortalecer, ampliar e impulsar el pensamiento, el arte y la investigación científica, a fin de promover y difundir la riqueza y diversidad cultural del país;
- d) Rescatar y precautelar la identidad cultural ecuatoriana, preservando sus valores;
- e) Participar en la supervisión de la publicidad y programas, a través de los medios de comunicación, así como en espectáculos artísticos, en coordinación con las autoridades e instituciones culturales y educativas del país;
- f) Defender y conformar el patrimonio histórico y cultural del Ecuador;
- g) Promover eventos, dentro de su ámbito, que difundan la actividad cultural;
- h) Organizar centros especializados de educación cultural, científica y artística;
- i) Conformar corporaciones y fundaciones para el desarrollo de la cultura;

j) Promover la creación de núcleos y extensiones culturales en el país, aprobar y cooperar con los instituidos por ecuatorianos residentes en el extranjero;

k) Auspiciar la formación y especialización académica de quienes se destacaren en el cultivo de las ciencias, las artes y la cultura en general; y,

l) Las demás asignadas por la ley (Tinajero, 2013)

A diferencia de lo propuesto años atrás por el suscitador Benjamín Carrión, actualmente, se toma en cuenta la participación en conjunto de la mayoría de la población del país, correspondiente a los mestizos y del conjunto de minorías: indígenas, afro ecuatorianos, para construir nuevos modelos de gestión y diversas actividades culturales.

La Casa de la Cultura Ecuatoriana se encuentra lejos de las grandes industrias culturales, del mercado del entretenimiento. Esta Institución alberga artistas plásticos, bailarines, escritores, intelectuales y cineastas. Es el punto de encuentro para que se reúnan quiteños, nacionales y extranjeros. Esta institución se ha convertido *en el espacio en que todos los ecuatorianos se pueden hermanar* (Pérez, 2014).

Raúl Pérez Torres manifestó en su discurso que en la actualidad, la CCE no es la misma de 1944, la que nació a los pies de la “*Gloriosa*”, apoyada en la presidencia de Velasco Ibarra. Los tiempos han cambiado en el transcurso de estos 70 años. La vida, la política, la economía; incluso, la cultura se han transformado. Por esta razón, la Nueva Casa se convirtió en un espacio abierto y democrático para todas y todos (Pérez, 2014).

La democratización de la Casa de la Cultura Ecuatoriana se hace evidente cuando se permite la participación de todos los ecuatorianos: afroecuatorianos, blancos, cholos e indígenas. Cualquier persona que pueda dignificar a la patria con su trabajo artístico, cultural e intelectual. La Nueva Casa, como lo manifestó Pérez Torres, es incluyente y productora de una nueva ideología en el continente (Torre, 2006).

El Ecuador es un país culturalmente rico, en el sentido de que posee gran variedad de expresiones culturales; y es necesario aprovecharlas y potenciarlas. Los ecuatorianos tienen grandes capacidades de creación en muchos niveles. La Casa de la Cultura debe primar por

fomentar esas virtudes intelectuales, artísticas y culturales. (Tinajero, Entrevista a Fernando Tinajero, 2014)

La cultura va más allá de las competencias del Estado. En cambio, la legislación de las instituciones culturales, que deben responder a la obligación del Estado frente a la cultura, si es necesaria; pues es este quien financia las actividades de estas instituciones. (Tinajero, Entrevista a Fernando Tinajero, 2014)

El papel que desempeña la Casa de la Cultura Ecuatoriana tiene que demandar un mayor compromiso porque no es una tarea sencilla. Como la principal institución que gestiona las actividades artísticas, culturales e intelectuales; la CCE debe ajustarse a las exigencias de los nuevos tiempos. De la mano de su presidente, esta institución debe robustecerse y proyectarse como una contribución al quehacer cultural y a las necesidades de la patria.

1.5.1 Ley de Cultura del Ecuador

Desde el comienzo de su gestión en el país, el presidente Rafael Correa, planteó en la Asamblea Nacional un proyecto de Ley de Cultura, que finalmente tendrá vigencia a fines del 2016. Desde el 15 de septiembre del 2009, se presentaron borradores e insumos que le permitieron a la comisión de cultura elaborar el proyecto de Ley de Cultura en el Ecuador.

La Ley de Cultura tendrá varias funciones específicas, entre las cuales están

- Regular los principios, derechos y disposiciones constitucionales referidos a la cultura y al Sistema Nacional de Cultura (SNC).
- Delimitar las competencias y potestades del Estado en el quehacer cultural nacional.
- Determinar los fundamentos de la política pública, enfocada en proteger y promover la diversidad cultural, la memoria social y el patrimonio cultural, fomentar la creación, circulación y puesta en valor de los bienes y servicios culturales y artísticos.
- Garantizar el acceso al espacio público y a la esfera mediática, a la formación en arte y cultura.
- Establecer las relaciones de la cultura con el derecho de autor, la ciencia y la tecnología, el ambiente y el turismo (Asamblea Nacional, 2013)

La ley de Cultura ecuatoriana pretende construir nuevos sentidos y formas de coexistencia social, respeto a la diversidad cultural, desarrollo sustentable e inclusión social, productor, promotor cultural, trabajador o profesional de la cultura y el arte.

El artículo 14 del Título II de la Ley de Cultura establece que se promoverá que los medios de comunicación sean portadores de información y conocimiento que hagan efectiva la construcción de la memoria social, patrimonio e identidad cultural, así como las expresiones culturales propias y los elementos que conforman la identidad cultural nacional (Asamblea Nacional, 2013).

El artículo 57 establece que el Subsistema de la Creación, Producción, Circulación y Puesta en Valor de los bienes Culturales y artísticos estará conformado por los siguientes Institutos y Centros:

1. La Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión”;
2. El Instituto Nacional del Audiovisual;
3. El Instituto Nacional de las Artes.

Con relación a la Casa de la Cultura Ecuatoriana, en el artículo 58 de la Ley de Cultura se establece que es un Instituto Nacional adscrito al Ministerio encargado de la Cultura, que tiene por objeto construir un espacio público dedicado a la difusión de las artes, las letras y la memoria social, suscitar el encuentro y diálogo de los creadores, artistas y comunidad; favorecer la reflexión, el debate público y el pensamiento crítico (Asamblea Nacional, 2013).

En el artículo 59, sobre la estructura de la CCE, se estipula que esta institución constituye una red conformada por autores, productores y gestores culturales de cada provincia que se inscriban en los respectivos patrones electorales, de acuerdo con los lineamientos determinados por el Consejo Nacional Electoral (Asamblea Nacional, 2013).

Las competencias de la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” son:

1. Promover y desarrollar planes, programas, actividades y encuentros, bajo las políticas establecidas en el Sistema Nacional de Cultura, que faciliten el diálogo intercultural entre artistas, gestores, productores culturales y la participación

comunidad a fin de favorecer la reflexión, el debate público y el pensamiento crítico en todas sus manifestaciones;

2. Promover la activa de la comunidad en la vida cultural ofreciéndole un espacio digno para la práctica de las artes, del debate y entretenimiento;

3. Impulsar la circulación de los contenidos culturales generados por la ciudadanía y, en especial, los que resulten de la gestión de los Institutos que conforman el Sistema Nacional de Cultura;

4. Gestionar el conjunto de sus salas, auditorios, teatros, cines, editorial, librerías y medios de comunicación, con el fin de articularlos en una red de servicios culturales para la difusión de la cultura universal y de la cultura nacional en toda su diversidad (Asamblea Nacional, 2013).

1.5.2 Sistema Nacional de Cultura

El Ministerio de Cultura del Ecuador creó un documento preliminar sobre el Sistema Nacional de Cultura que tendría vigencia desde el año 2007 hasta el año 2017. Este plan, según propone el gobierno nacional, es un “camino hacia la revolución desde la cultura”. Es un modelo para la participación, el diálogo intercultural y la reconfirmación identitaria (Asamblea Nacional, 2013).

El 15 de enero del 2007, a través del decreto ejecutivo No. 5, el Presidente Rafael Correa con la colaboración del equipo de Gestión de Planificación Cultural del Ministerio de Cultura, guiados por un consultor de la UNESCO comenzaron con la tarea de establecer un sistema de cultura en el país. Los aportes y propuestas recibidos de los múltiples actores culturales permiten identificar algunos aspectos o temas de absoluta coincidencia e incluso de consenso (Asamblea Nacional, 2013).

El propósito del Plan de Cultura fue proponer una visión realizable a futuro, en donde se orienten las acciones, los proyectos, y nuevas vías de acción por parte de la ciudadanía y de los actores culturales del país. Se planteó que el Plan Nacional de Cultura (PNC) no sea de exclusividad internacional. El proceso fue derecho y responsabilidad de todos los ciudadanos involucrados en el desarrollo cultura. (Asamblea Nacional, 2013).

1.6 SITUACIÓN POLÍTICA ACTUAL DE LA CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA

Desde sus comienzos, la Casa de la Cultura Ecuatoriana ha sido objeto de un sinnúmero de polémicas ardientes y apasionadas. Sus propósitos, su estructura administrativa, su presupuesto, los requisitos para ser miembro y decisiones editoriales han constituido algunos de los motivos de discusión y cuestionamiento. En la actualidad, las discusiones que mantiene esta institución con el Ministerio de Cultura y Patrimonio son principalmente por la defensa de su autonomía.

En el transcurso del gobierno del presidente Rafael Correa ha sido evidente el constante cambio de Ministros de Estado, y el Ministerio de Cultura no es la excepción. Varios de los personajes encargados de dirigir este ministerio han tenido roces con el director nacional de la Casa de la Cultura. Estas discrepancias han sido el resultado de debates acerca de la autonomía de esta institución con respecto a sus políticas y gestión cultural, manejo de fondos; entre otros aspectos.

Actualmente, el Ministerio de Cultura y Patrimonio está bajo la dirección del Dr. Raúl Vallejo, quien asumió el cargo el 4 de mayo del 2016. Vallejo asumió el Ministerio luego del encargo concedido a Ana Rodríguez desde el 3 de marzo del 2016. Anterior a ella, Guillaume Long fue el encargado de conducir esta institución (Asamblea Nacional, 2013).

El ministro actual no se ha pronunciado aún sobre la situación de la Casa de la Cultura. Sin embargo, tanto Long, como Rodríguez comentaron en varias ocasiones ante la prensa nacional e internacional su posición frente a la Ley de Cultura y en consecuencia, la autonomía de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión.

En declaraciones para la prensa local, el entonces ministro Guillaume Long comentó que la Ley de Cultura estaría aprobada en el seno de la Asamblea Nacional a finales del año 2016 (EL Ciudadano, 2015) .

Por otro lado, la ministra encargada Ana Rodríguez, manifestó que hay un espacio importante de apertura la Ley de Cultura en la Asamblea Nacional, pero al ser un proceso

colectivo, es importante el diálogo entre todos los actores del ámbito cultural en el país (Pablo Jácome, 2016).

El proyecto de Ley de Cultura comenzó en la ciudad de Montecristi. Con esta nueva propuesta, el gobierno propuso cambios en la institucionalidad del sector cultural y el destino de los artistas y creadores del país. Sin embargo, el Ministerio de Cultura presidido entonces por Ramiro Noriega y Francisco Salazar, no presentó el texto de ley que sería remitido a la Asamblea Nacional. Posteriormente, con administraciones de Erika Silva, Paco Velasco, Francisco Borja y Guillaume Long tampoco se ha conseguido mayor cosa (El Comercio, 2016).

La situación actual que enfrenta la Casa de la Cultura Ecuatoriana revela la ineficiencia de las autoridades del sector cultural del país, y también la poca importancia que el presidente y la Asamblea Nacional han mostrado por el tema cultural. En los 9 años de gobierno del presidente Correa, 9 personas han estado encargadas del Ministerio de Cultura y Patrimonio: Antonio Preciado, Galo Mora, Ramiro Noriega, Erika Silva, Paco Velasco, Francisco Borja, Guillaume Long, Ana Rodríguez y Raúl Vallejo (El Comercio, 2016).

De acuerdo con la Ley, la disposición transitoria primera de la Constitución de la República (aprobada en septiembre del 2008), en el numeral 5 establece que en un plazo máximo de 360 días debe expedirse la Ley de Cultura. La Constitución ya se reformó en el 2015 a través de un paquete de enmiendas, y aún no se cumple con la aprobación de la Ley Orgánica de Cultura (El Comercio, 2016).

El primer Ministro de Cultura fue Antonio Preciado, un reconocido poeta esmeraldeño, quien anteriormente se desempeñó como funcionario de la dirección cultural del Banco Central del Ecuador. Sin embargo, la gestión de Preciado no cumplió con las expectativas que se generaron en el sector cultural con la creación del Ministerio de Cultura (El Comercio, 2016).

El presidente Correa nombró a Ramiro Noriega en lugar de José Ron como viceministro de Cultura y se produjo un quiebre político. Noriega representaba al grupo Ruptura 25 y el ministro Preciado era militante de Alianza País. Los dos grupos estuvieron confrontados de forma continua. El viceministro y posterior ministro Noriega fue ampliamente cuestionado

por los gestores culturales tras una convocatoria para fondos en el sector cultural (El Comercio, 2016).

En consecuencia, Galo Mora Witt, artista integrante del grupo Pueblo Nuevo, toma las riendas del Ministerio de Cultura y abre las puertas de la institución a gestores y artistas, y con su colaboración dirigió el Ministerio. El ministro Mora arregló los desfases e inconsistencias administrativas de los procesos de auspicios y pudo financiar 723 proyectos a nivel nacional con una inversión de alrededor de 14 millones de dólares (El Comercio, 2016).

Con el Ministro Mora se reestableció la relación con los artistas y gestores culturales. Se acordó convocar a los Congresos de las Artes para que se discutieran propuestas para la Ley Orgánica de Cultura, se acuerdo a las necesidades específicas de cada sector. Se reunieron los Congresos de artes escénicas, Teatro y Danza, Cine, Artes plásticas y Música. Solamente el sector de la Literatura no se reunió, aunque algunos escritores se sumaron a esta propuesta (El Comercio, 2016).

El bombardeo en Angostura del 1 de marzo del 2008 generó una crisis de gabinete y el presidente Rafael Correa pidió al ministro Galo Mora que lo acompañase en la Presidencia como su Secretario Particular. No obstante, se solicitó al presidente que le permitiera a Mora continuar su gestión en el Ministerio de Cultura hasta el mes de agosto de ese año. Después de la conmemoración del Bicentenario de la Independencia se incorporó a la presidencia dejando vacante su cargo en el Ministerio de Cultura (El Comercio, 2016).

Ramiro Noriega se posesionó como Ministro de Cultura el 15 de enero del 2009. En esta administración se abrió un espacio para la construcción de la Ley al que se denominó *Los 100 días de la Cultura* (28 de abril hasta 10 de agosto del 2009). Los encuentros regionales realizados por el ministerio lograron la participación de 2500 artistas, gestores y ciudadanos interesados en la cultura y los patrimonios (El Comercio, 2016).

En el año 2009 Alianza País (AP) no contaba con mayoría en la asamblea. En la Comisión Especializada Ocasional de Cultura, presidida por Marco Morillo, tenía minoría. Se presentaron 3 proyectos de Ley: del Ministerio de Cultura, de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, y de la Coordinadora cultural de AP. Nunca se llegó a un acuerdo a pesar de

varias reuniones y planteamientos para estructurar un único proyecto de ley que respondiera a las necesidades de los actores culturales (El Comercio, 2016).

En junio del año 2010, la Comisión Ocasional aprobó para segundo debate un informe que establece la creación del Sistema Nacional de Cultura conformado por siete áreas: Ministerio de Cultura, como órgano rector; la Casa de la Cultura Ecuatoriana; el Instituto de Artes Visuales, Plásticas y Contemporáneas; el Instituto Nacional de Memoria Social y Patrimonio Cultural; el Instituto Nacional de Bibliotecas y Archivos; el Instituto Nacional de Diálogo y desarrollo de la interculturalidad; y Gobiernos Autónomos Descentralizados y entidades privadas (El Comercio, 2016).

En abril del año 2010, Erika Sylva fue nombrada Ministra de Cultura. La nueva ministra propuso iniciar una “*Revolución Cultural*” bajo 4 “*ejes pragmáticos*”: descolonización, derechos culturales, emprendimientos y nueva identidad ecuatoriana contemporánea (sic.). Y cuatro “*ejes transversales*”: interculturalidad, equidad integral, fortalecimiento de la institucionalidad, y posicionamiento internacional de las culturas del Ecuador (El Comercio, 2016).

Con respecto a la Ley de Cultura, la Ministra Sylva conformó un equipo con asesores externos, para elaborar un nuevo proyecto de Ley que finalmente, luego de tres años de gestión, nunca fue presentado a los actores culturales ni a la Asamblea Nacional. Además, el Ministerio de Cultura recibió las competencias de Patrimonio, ya que el presidente Rafael Correa decidió el 8 de mayo de 2013 suprimir el Ministerio Coordinador de Patrimonio (El Comercio, 2016).

En febrero del año 2013, el presidente Correa ganó las elecciones y obtuvo mayoría absoluta en la Asamblea Nacional; esto le permitió presentar varios proyectos de Ley además de las que deberían ser aprobadas en la Asamblea, por mandato constitucional. Se aprobaron varias leyes, menos la de Cultura, porque el tema no constaba en la agenda prioritaria del Ejecutivo y el Legislativo (Asamblea Nacional, 2013).

En mayo del año 2014 asumió a dirección del Ministerio de Cultura Paco Velasco, quien renunció su puesto como asambleísta, para sumir esa cartera de Estado. Velasco hizo una reflexión: “*Los núcleos de la Casa de la Cultura tienen grandes infraestructuras, pero no*

tienen recursos. En cambio, las direcciones provinciales de Cultural tienen recursos pero no tienen ninguna infraestructura” (El Comercio, 2016).

Esta fue una de las administraciones con quien la Casa de la Cultura Ecuatoriana tuvo más roces. El ministro Velasco congeló la relación con la CCE y suprimió las competencias de las direcciones provinciales. De igual forma, contrató una consultoría para elaborar un nuevo proyecto de Ley de Cultura. Ante esta situación, Fernando Tinajero, publicó una columna para diario El Comercio en donde denunció como arbitraria la supresión de la autonomía de una institución como la CCE y también la creación de una *“Agencia de Regulación y Control de Cultura”* (El Comercio, 2016).

Velasco desmintió en una carta pública la existencia de esa entidad de control en el texto del proyecto de Ley, afirmando que las únicas menciones sobre temas referidos a control, se encaminan a acciones contra los bienes patrimoniales. El ministro tomó como base de su argumento el Art. 378 de la Constitución que estipula que el Estado ejercerá rectoría del sistema (nacional de cultura) a través del órgano competente, con respeto a la libertad de expresión (El Comercio, 2016).

En agosto del año 2012, fue elegido presidente de la CCE el escritor Raúl Pérez Torres, quien ha expresado públicamente su afinidad al gobierno de la Revolución Ciudadana y su amistad con el presidente Correa. Sin embargo, este hecho no logró que se articule un proceso conjunto de participación en la elaboración de proyectos de Ley (El Comercio, 2016).

El presidente de la CCE remitió varias cartas al presidente Correa en donde expresó su malestar y el de los 23 núcleos provinciales por la forma en que se manejaba el tema cultural. Pérez Torres propuso en una carta fechada el 27 de septiembre del 2013 que la Casa de la Cultura podría ser una entidad Adscrita al Ministerio de Cultura, con su propia personería jurídica, cuyas atribuciones serían las de ejecución de la política cultural emanada por dicho ministerio.

En respuesta, el mandatario, Correa pidió al ministro Velasco y a Raúl Pérez Torres que trabajasen en una propuesta conjunta que tendría un plazo de 45 días. Al poco tiempo, Paco

Velasco renunció al Ministerio de Cultura y fue reemplazado por Francisco Borja en septiembre del 2014 (El Comercio, 2016).

Francisco Borja, quien se desempeñaba anteriormente como embajador de Ecuador en Chile, no poseía conocimientos en gestión cultural. De esta manera, al cabo de 6 meses de gestión, el presidente Correa nombró a Borja como embajador de Ecuador en Washington y nombró como Ministro de Cultura y Patrimonio a Guillaume Long en marzo del 2015, quien fue hasta ese momento Ministro Coordinador de Talento Humano (El Comercio, 2016).

El ministro Long delegó su equipo la elaboración de un nuevo texto para el proyecto de Ley que debería ser tratado en la Comisión de Educación y Cultura de la Asamblea Nacional, y propuesto para el segundo debate del Pleno. En su gestión como Ministro de Cultura, Long tampoco logró la aprobación de la Ley de Cultura. En marzo del 2016 Rafael Correa nombró a la viceministra Ana Rodríguez como encargada y Guillaume Long pasó al Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana (El Comercio, 2016).

En el año 2015, la Asamblea Nacional aprobó 15 leyes. La única Ley que no fue aprobada fue la de Cultura. La presidenta de esta función del estado, Gabriela Rivadeneira, anunció en una rueda de prensa que para el año 2016 se aprobarían 36 leyes, incluida la Ley de Cultura (Asamblea Nacional, 2013).

La presidenta de la Asamblea Nacional no ha mostrado interés en la expedición de la Ley de Cultura, dejando que sea la última en aprobarse. Rivadeneira se refirió a la Ley de Cultura como una deuda que se debe saldar. Propuso que la ley sea considerada como una minga nacional, en donde más artistas, gestores y personas afines al ámbito cultural sumen mejor, porque se va a tener las voces de todos.

La Casa de la Cultura es una de las instituciones culturales más emblemáticas del país. No obstante, desde hace varios años atrás presenta algunas deficiencias: un modelo de gestión caduco, presupuestos precarios, estructura anticuada y un sistema de elecciones excluyente. Su presidente expuso al ganar las elecciones que “la Casa está enferma y grave”. Es necesario un cambio radical en su estructura y modelo de gestión y abrir las puertas a los verdaderos artistas.

Los medios de comunicación nacionales se interesaron en la Ley de Cultura a partir de la denuncia de Fernando Tinajero donde “*supuestamente*” se pretendía restringir la autonomía de la Casa de la Cultura Ecuatoriana y suprimir su Matriz. Esta se convertiría en el núcleo de Pichincha, y junto a los demás núcleos provinciales, ser dependientes del Ministerio de Cultura y Patrimonio (El Comercio, 2016).

Raúl Pérez Torres se dirigió nuevamente al presidente para expresarle su preocupación con respecto al proyecto desarrollado por el Ministerio de Cultura y Patrimonio. La supresión de la Matriz, quitándole su carácter integrador de los 23 núcleos provinciales y su autonomía, ya que los núcleos pasarían a depender del Ministerio de Cultura (El Comercio, 2016).

La comunidad del ámbito cultural del país expresó su creciente inconformidad con el proyecto de Ley. Por esta razón, el Ministro Long y Gabriela Rivadeneira concurrieron a la Junta Plenaria de la CCE para asegurar que no existe intención por parte del gobierno en atender contra la autonomía ni suprimir la Matriz de la Casa de la Cultura Ecuatoriana (El Comercio, 2016).

Esta situación provocó que el debate se concentrara en la Casa de la Cultura Ecuatoriana, restando interés a otros temas importantes como la conformación del Sistema Nacional de Cultura, el financiamiento a través del fondo para el fomento de las artes, exenciones tributarias para el sector privado, formación y educación en el arte, seguridad social y beneficios laborales para artistas y creadores, entre otros.

Es importante que el gobierno trabaje de forma conjunta con toda la comunidad cultural nacional para articular las 17 leyes vigentes que tienen que ver con cultura y que en su mayoría son caducas e inservibles. La Ley debe reordenar la institucionalidad cultural, asumir a la cultura como un eje dinamizador de la economía y generar las condiciones para el nacimiento de verdaderas y sólidas industrias creativas.

1.6. 1 políticas culturales en el contexto actual

El presidente de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, Raúl Pérez Torres sostiene en sus discursos que la cultura se expresa de una forma dialéctica y nunca muere. Por lo tanto, es preciso emprender una “*revolución cultural*”, de la mano de la revolución que está en marcha desde el 2007. La Revolución Ciudadana debe alimentarse, según Pérez Torres, de la revolución cultural para no quedarse incompleta. En conjunto, estos dos proyectos deben acogerse a la filosofía del *Sumak Kawsay*, la filosofía del buen vivir, para lograr su propósito (Pérez, Informe de la Casa de la Cultura , 2013)

La Casa de la Cultura Ecuatoriana está orientada a ser una institución de primera línea que conduzca las políticas culturales de la nación y colabore en la ejecución de las mismas. La misma que tiene que trabajar de manera conjunta con el Estado a través del Ministerio de Cultura y Patrimonio para promover el trabajo de artistas, creadores y gestores culturales. El Ministerio por su parte, debe estar orientado a dictar políticas, suministrar fondos y coordinar acciones (Pérez, Informe de la Casa de la Cultura , 2013)

Tanto el presidente, Raúl Pérez Torres, como el vicepresidente, Gabriel Cisneros han trabajado de manera conjunta en las nuevas políticas culturales que debe manejar esta institución. Juntos analizaron las necesidades actuales de la cultura y propusieron 10 acciones puntuales en las que la Casa de la Cultura va a trabajar en favor del enriquecimiento de las expresiones culturales y artísticas de todo el país

1. Integración de la CCE, de acuerdo a la Constitución vigente, al Sistema Nacional de Cultura, como un espacio de diálogo y debate capaz de coordinar, fortalecer y apoyar proyectos nacionales, desde la promoción, difusión y producción de los mismos.
2. Defensa de la soberanía cultural.- La Casa de la Cultura Ecuatoriana ha permanecido atenta siempre a posesionar, respetar y multiplicar la singularidad y la memoria de nuestro proceso histórico y cultural ecuatoriano.
3. Apoyo irrestricto a los proyectos que armonicen y enriquezcan la interculturalidad y el respeto a sus diversidades, reconociendo la libertad y autonomía de las culturas y sus expresiones intrínsecas.
4. Estimular la comprensión de una conciencia social de respeto y preservación de la biodiversidad, del patrimonio cultural tangible e intangible de nuestro país.

5. La Casa de la Cultura Ecuatoriana seguirá como nació, incluyente y libre. La autonomía de gestión nos permite y obliga el ejercicio responsable y dinámico del quehacer cultural en beneficio de la comunidad y nos alienta a defender la libertad de pensamiento de sus actores culturales.
6. Propiciar y fortalecer el crecimiento de los Núcleos Provinciales, sin descuidar su presupuesto y promoviendo la creación de Extensiones cantonales que multipliquen el quehacer cultural de cada provincia. Para ello también se ha garantizado la profesionalización de los trabajadores de la Institución en los diversos campos de la gestión cultural.
7. Procurar la igualdad de oportunidades para crear, difundir, disfrutar en libertad de los bienes de la cultura, estimulando la creatividad y su difusión nacional e internacional.
8. Consolidar a nivel nacional e internacional la presencia de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, mediante una permanente y dinámica actividad cultural dentro y fuera del país, propiciando la creación de la mayor cantidad de Núcleos en los diferentes países del mundo, especialmente donde existe gran concentración de compatriotas, a fin de evitar el desarraigo cultural, trabajando junto a ellos, alimentando proyectos de cooperación internacional.
9. Hemos creado talleres con coordinadores profesionales, en los diferentes géneros artísticos, entre otros, literatura, teatro, danza, pintura, escultura, etc. y los hemos consolidado en todos los Núcleos del País. De igual manera se han fortalecido los espacios creados anteriormente como El Área de la Mujer, la Unidad de Televisión, Conjunto de Cámara, Cinemateca Nacional y se ha apoyado el desarrollo de los grupos de teatro que funcionan dentro de la Institución.
10. Se han mantenido abiertos permanentemente los espacios de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, desde una política incluyente que protege y alienta a todos los grupos sociales que deseen expresarse, sin ningún tipo de discriminación (Pérez, Informe de la Casa de la Cultura, 2013).

Al analizar estas políticas, es posible establecer una relación de pensamiento entre actual Raúl Pérez Torres y Gabriel Cisneros con los planteamientos con los que Benjamín Carrión concibió la institución 70 años atrás. La actual Casa de la Cultura Ecuatoriana pretende dar valor al ser humano, quien es el productor de las manifestaciones artísticas y culturales. En este ámbito, no solo se dará importancia a los artistas, sino también a los empleados que laboran en esta institución, mediante capacitaciones continuas.

Para la actual administración de la CCE también es importante posicionarse en el ámbito internacional, por lo cual busca implementar núcleos en otros países, que tengan gran concentración de compatriotas, como España, Estados Unidos o Italia. De igual manera, fortalecer los 23 núcleos provinciales (El Comercio, 2016).

Actualmente, la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión maneja un sistema de organización como institución, que le permite ejecutar sus políticas económicas, culturales y administrativas de una mejor manera.

PLAN INSTITUCIONAL “BENJAMÍN CARRIÓN” 2012-2015

**VISIÓN
2015** Ser referente cultural a nivel nacional e internacional , en la afirmación y fortalecimiento de la identidad nacional, identidades diversas, plurinacionalidad, interculturalidad, desde los derechos culturales alineados al Sumak Kawsay.

**Misión
2015** Rescatar, promover y difundir el arte, las letras ecuatorianas y la memoria social, desde la dialéctica ancestral y contemporánea, con proyección plurinacional e intercultural desde las redes nacionales, para el fortalecimiento del sistema nacional de cultura.

Cuadro No. 1 Visión y Misión 2015 de la CCE. Fuente: www.casadelacultura.gob.ec

La Casa de la Cultura, como cualquier otra institución, manifiesta su visión y misión. El cuadro muestra que para el año 2015 la institución pretende ser referente de la cultura a nivel nacional e internacional, mediante el patrocinio de actividades que fomenten y muestren la plurinacionalidad e interculturalidad de la identidad nacional, partiendo de los derechos culturales expresados en el Sumak Kawsay

Tanto la Visión, como la Misión de la Casa de la Cultura Ecuatoriana están orientadas a promover, apoyar y enriquecer todo tipo de manifestación y expresión de cultura y memoria social nacional, ancestral y extranjera. La institución trabajará desde las redes nacionales de artistas y gestores culturales, apoyadas en el Sistema Nacional de Cultura.

**Objetivos
Estratégicos
2015**

Incrementar el fortalecimiento, la consolidación y la afirmación de la identidad nacional, identidades diversas, plurinacionalidad e interculturalidad.

**Objetivos
Operativos
2015**

1.- Incrementar la ejecución de eventos públicos culturales-artísticos de calidad.

2.- Incrementar el posicionamiento de la CCE.

Cuadro No 2 Objetivos estratégicos y operativos de la CCE. Fuente: www.casadelacultura.gob.ec

La Casa de la Cultura Ecuatoriana puso en marcha objetivos estratégicos y operativos para conseguir mejores resultados con las políticas culturales e institucionales que manejan. Dentro de los objetivos estratégicos está dar mayor énfasis en fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad e interculturalidad.

Los Objetivos Operativos tienen el fin de incrementar el posicionamiento de esta institución. Para que se cumpla este objetivo, es preciso que la institución tome medidas que se enfoquen en un buen plan de comunicación interna y externa para la una gran difusión de las actividades que realiza.

Planificación a Nivel Institucional

1.- Plan de desarrollo cultural (pdc)

2.- Plan de desarrollo institucional (pdi)

Cuadro No 3 Planificación de la CCE a nivel institucional. Fuente: www.casadelacultura.com.ec

De acuerdo con lo que expresa el cuadro anterior, es posible evidenciar que la Casa de la Cultura divide su gestión en dos parámetros: la gestión cultural, que es por demás el principio y fin de esta institución, y el campo institucional. De esta manera la CCE plantea un ritmo organizado de planificación, y dirección.

El plan de desarrollo institucional está orientado a gestionar nuevas políticas de gestión cultural, que beneficien a los artistas que forman parte de la CCE. El plan de desarrollo institucional tiene como finalidad fortalecer las estrategias que ayudarán a la institución a crecer de manera corporativa y reflejar una buena imagen a nivel interno y externo



Cuadro No 4. Valores Institucionales, tomado de la página web de la Casa de la Cultura Ecuatoriana.

Los valores institucionales son modos idealizados de la conducta humana, son una guía para el comportamiento de las personas que son parte de una institución.

Una institución debe tener conciencia clara de que los valores institucionales delimitan el compromiso que tienen las empresas con la sociedad y con sus empleados. La Casa de la Cultura Ecuatoriana posee algunos valores: autoestima, responsabilidad, honestidad, lealtad, perseverancia y tolerancia.



Cuadro No. 5 Principios Institucionales de la CCE. Fuente: www.casadelacultura.gob.ec

La Casa de la Cultura Ecuatoriana, al igual que cualquier otra organización debe manejarse con principios institucionales que le servirán para dar a conocer, a través de sus productos (las actividades de carácter cultural) la imagen principal de la institución. Estos principios reflejarán la calidad de la institución como tal y la de los funcionarios de la institución.

Los principios que maneja la Casa de la Cultura Ecuatoriana son: espíritu de trabajo en equipo, integridad, perseverancia, responsabilidad, vocación de servicio y pluralismo. Cada uno de ellos tiene por objeto brindar una mejor conducta interna y externa; y acercarse con lo que propone el Sumak Kawsay.

MAPA ESTRATEGICO DE LA CASA DE LA CULTURA

La Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión ha definido cuatro perspectivas de desarrollo que le permitirán encaminar su gestión corporativa de manera transversal para mejorar como institución y por consiguiente, optimizar la gestión cultural del país. Cada una de estas perspectivas se enfoca en ejes estratégicos: sociales, económicos, culturales, corporativos pero que convergen en un solo objetivo general. Potencializar las capacidades operativas de la CCE. A continuación se presenta el mapa estratégico de la CCE tomado de su página web.



Cuadro No. 6 Mapa estratégico de la CCE. Fuente: www.casadelacultura.gob.ec

La Perspectiva financiera tiene que ver con incrementar la asignación de recursos económicos en el presupuesto. De esta manera, la CCE podrá invertir en infraestructura y remodelación de sus espacios y también un aumento en la producción de eventos culturales de mejor calidad al servicio de la comunidad ecuatoriana.

La perspectiva de talento humano y tecnología se centra en tres puntos: incrementar la coordinación de redes nacionales como desarrollo cultural, incrementar la ejecución de más eventos culturales con la mejor calidad, incrementar la promoción y difusión cultural a

nivel nacional. Este punto es importante pues la CCE necesita de los medios de comunicación: radio, televisión, prensa y medios digitales para que se socialicen las actividades que esta institución realiza.

La perspectiva de gestión interna busca incrementar el fortalecimiento, la consolidación y afirmación de la identidad nacional, identidades diversas, plurinacionalidad e interculturalidad; fortalecer el Sistema Nacional de Cultura. En esta perspectiva también se involucra el incrementar el posicionamiento de las actividades de la CCE de forma sustentable.

La perspectiva de la comunidad tiene puntos anteriormente señalados, principalmente enfocados en la promoción y posicionamiento de las actividades culturales que la CCE realiza mensualmente. Además se propone que esta difusión sea a nivel nacional e internacional.

A través de este mapa estratégico es posible identificar que cada perspectiva propuesta por la CCE está relacionada de alguna u otra manera con la promoción y difusión de su imagen como institución y con las actividades culturales que ofrecen, tanto en la matriz como en sus 23 núcleos provinciales. Por esta razón es importante conocer cómo la CCE, como institución está gestionando sus canales de difusión a través de los medios de comunicación.

1.7 DESCRIPCIÓN DE LA AGENDA CULTURAL Y SU DIFUSIÓN EXTERNA

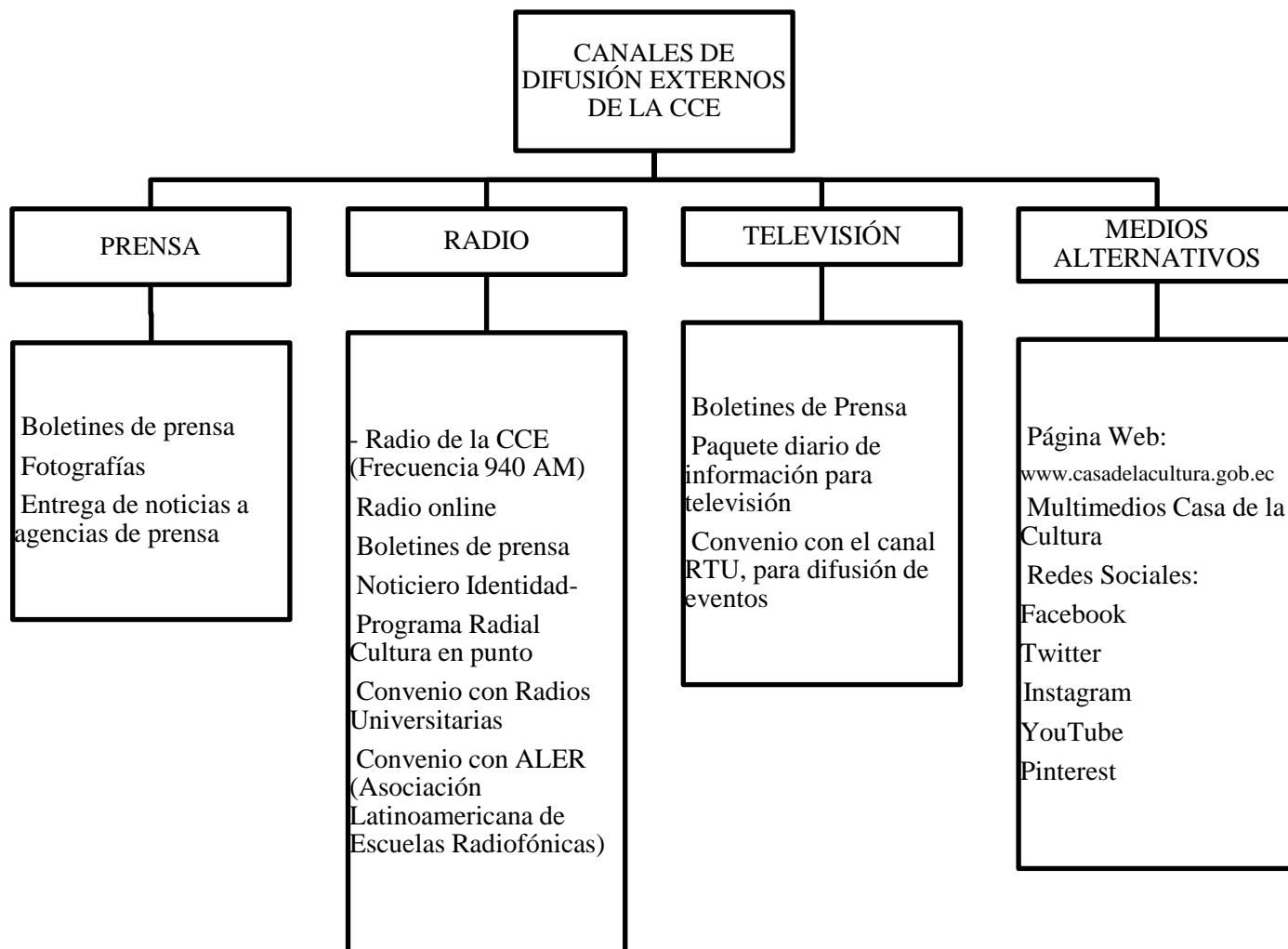
La agenda cultural actual de la Casa de la Cultura se pauta mensualmente. La planificación de la misma está a cargo de la secretaria de la Vicepresidencia de la institución, Julia Erazo y de la Dirección de Teatros, con Wiliam Nuñez a la cabeza. En la Vicepresidencia de la institución colaboran varios gestores culturales quienes están encargados de la logística para llevar a cabo los diferentes eventos que se programan en la agenda (Onofa, 2014).

Los departamentos de la Casa de la Cultura participan con varias actividades todos los meses: La Cinemateca está a cargo de la proyección de películas y cortometrajes, semanalmente se pautan diferentes festivales en la Sala Alfredo Pareja Diezcanseco. Metrodanza presenta las actividades de los grupos de danza y ballet. En el ámbito musical se encuentran el Conjunto de Cámara y la Camerata. La Cinemateca Nacional Ulises Estrella, contiene la memoria audiovisual del país. Extensiones, grupos de danza y teatro, y colectivos sociales y culturales también tienen cabida en la agenda cultural de la CCE (Onofa, 2014).

Para gestionar la comunicación interna y externa de la Casa de la Cultura se encuentra el departamento de Comunicación Social. El Licenciado Rodrigo Rangles –director de este departamento- es el encargado de planificar la difusión de los eventos de la CCE en los diferentes medios de comunicación para toda la comunidad nacional (Onofa, 2014).

El presidente de la CCE manifestó en un informe de actividades que la comunicación se ha vuelto una herramienta fundamental del mundo moderno. La institución está trabajando en un sistema integrado de comunicación que abarca la cobertura de los medios tradicionales: prensa, radio y televisión, como también los medios de comunicación alternativos como las páginas web y las redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest y YouTube. (Pérez, 2013)

Los Canales de difusión externos de la Casa de la Cultura comprenden los medios de comunicación tradicionales y los medios de comunicación alternativos y son los siguientes:



Cuadro No 7: Canales de difusión externos de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión.

Fuente: www.casadelaculturagob.ec.

A partir de este cuadro se puede inferir que el Departamento de Comunicación Social de Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión emplea la mayoría de sus recursos en producir contenidos para los formatos visuales y audiovisuales. La radio, la televisión y los medios digitales tienen más importancia para la institución. Al contrario de los medios visuales y audiovisuales, la CCE no tiene una estrategia comunicacional de difusión propia para la prensa escrita.

La hipótesis que se plantea en esta disertación es que la cobertura que da la prensa escrita a los eventos de la agenda cultural de la CCE es escasa, pues su departamento de Comunicación Social no brinda los suficientes insumos para que se publique información sobre los eventos que gestiona. Por otro lado, también puede plantearse que el periodismo cultural a nivel mundial y en el Ecuador no tiene peso en relación a otros temas como deportes, política o economía.

Es preciso tomar una muestra de los periódicos que son referentes en la prensa escrita del Ecuador y mediante una muestra se analizarán características y principios que permitan medir el grado de importancia que la prensa escrita nacional ofrece al periodismo cultural. De forma particular la relación entre la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión y dichos medios de comunicación.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DE CONTENIDO Y RELACIONES EMPRESA-PRENSA

La Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión es la institución más grande que se encuentra al servicio de la cultura en el Ecuador, desde hace 70 años. En el transcurso de este tiempo, las estrategias que ha adoptado esta institución para llegar al público han variado y actualmente, con el avance constante de las nuevas tecnologías y las redes sociales, la CCE se ve en la necesidad de mejorar sus canales de difusión para llegar a más sectores de la población.

En relación con el cuadro que se muestra al final del capítulo anterior, la Casa de la Cultura Ecuatoriana posee diversas estrategias de difusión para sus eventos en los diferentes medios de comunicación masivos y alternativos. Sin embargo, en consecuencia de lo analizado anteriormente, esta institución no tiene acciones específicas para difundir sus eventos en la prensa escrita nacional.

Por esta razón se ha escogido precisamente dicho formato para analizar cómo dos exponentes de la prensa: *El Comercio* y *El Telégrafo*, cubren los eventos que la Casa de la Cultura realiza a lo largo del mes. Ambos son diarios de circulación nacional y que como una característica especial uno es un medio público, cuya tendencia se inclina a favor del gobierno de turno (El Telégrafo) y el otro es un medio privado (El Comercio).

En este trabajo se realizará un análisis por un periodo de tiempo para identificar el grado de cobertura que la prensa escrita otorga en su sección cultural. Para esta investigación se van a abordar dos teorías que tienen relación con el tratamiento de la información periodística en la prensa escrita: el *Análisis de Contenidos* del autor Luis Piñuel; y *La Comunicación Corporativa externa en las organizaciones y sus relaciones con la prensa*, del mismo autor.

Estas diferentes teorías en conjunto van a permitir realizar un posterior análisis de la información que los diarios *El Comercio* y *El Telégrafo* brindan a los lectores sobre los eventos que la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión realiza continuamente a lo largo del mes.

2.1 EPISTEMOLOGÍA, METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO

Según el autor José Luis Piñuel, el análisis de contenido comprende el conjunto de procedimientos que estudian un producto comunicativo, ya sea texto, discurso o mensaje, que son el resultado de un proceso previo en donde interviene el método cualitativo (lógicas basadas en la combinación de categorías) y cuantitativo (estadísticas basadas en el recuento de unidades). Este procedimiento tiene como fin registrar y procesar datos importantes sobre las condiciones en que contenidos se han producido y su empleo en el futuro (Piñuel J. L., 2002).

Se realizará una investigación cualitativa no participativa pues el investigador solamente recogerá los datos para la muestra que será analizada en la matriz. Se pretende medir la calidad de información de las categorías expresadas en la matriz. De igual manera, se empleará el método cuantitativo para cuantificar los valores que se obtengan en las categorías y elaborar en base a los números obtenidos gráficos de datos para arrojar un resultado.

El autor Luis Piñuel propone que el “*contenido*” que el investigador pretende analizar, muchas veces puede estar encerrado u oculto dentro del “*continente*”, que es el texto registrado. Al analizar este “*continente*” se puede revelar el contenido, por medio de una interpretación que dará como resultado un nuevo conocimiento (Piñuel J. L., 2002).

La teoría que propone Luis Piñuel para el análisis de contenido se establece la investigación aplicada a “*continentes*” materiales que se buscan fuera de dicho elemento de estudio. Las dimensiones de los datos que son producto del análisis, en la mente de los participantes, se obtiene de los procesos de comunicación (discursos, textos, productos audiovisuales) en los que se han producido los documentos analizados (Piñuel J. L., 2002).

En el análisis de contenido que se realizará sobre la cobertura periodística de los eventos de la Casa de la Cultura Ecuatoriana en la prensa escrita, el continente de estudio serían los diferentes géneros periodísticos que tanto *El Comercio* como *El Telégrafo* emplean para cubrir dichos eventos. Al escudriñar en el contenido de estos

diarios nacionales, será posible analizar el universo de estudio y lograr los objetivos propuestos inicialmente.

El autor Piñuel Raigada establece que el análisis de contenido debe remitirse a técnicas para elaborar, registrar y tratar datos. Esta técnica no producirá interpretaciones relevantes de los datos si éstos mismos no son relevantes para conocer condiciones de comunicación (Piñuel J. L., 2002). Para la investigación que se realizará posteriormente, se establecerá un registro de datos a través de matrices que facilitarán el proceso de investigación.

2.1.1 El significado del texto: contexto comunicativo y sentido social y cognitivo

El análisis de contenido no debe perseguir otro objetivo que el de lograr la ocurrencia de aquel sentido latente que procede de las prácticas sociales y cognitivas, que mediante la instrumentalización, apelan a la ciencia de la comunicación para facilitar la interacción que existe entre los actos comunicativos concretos y el continente global del texto (Piñuel J. L., 2002).

El autor Luis Piñuel se refiere al autor Bardin para señalar que el análisis de contenido se convierte en una empresa re-velación de la *expresión*, donde el interés principal se convierte en la indagación de lo escondido, lo latente, lo no aparente, lo potencial, lo inédito, lo que no se ha dicho en todo mensaje (Piñuel J. L., 2002).

Para realizar el análisis de contenido que propone Piñuel Raigada es preciso que el texto se abra a las condiciones contextuales del producto comunicativo, (ya sea un texto de periódico, un producto radiofónico o un producto audiovisual) al proceso de producción en el que se registra y; por tanto, a las circunstancias externas (psicológicas, sociales, culturales e históricas, de producción y recepción de las expresiones comunicativas con que aparece) (Piñuel J. L., 2002).

Como parte de la teoría, se establece una idea de “*saber hacer*”, que se refiere a la comunicación como un patrimonio cognitivo, un producto de la práctica comunicativa, que se almacena en la memoria de los sujetos y que se activa cuando estos entran a formar parte de una interacción comunicacional; la misma que en forma de “*esquemas*

previos” guían la construcción recursiva de nuestras “*representaciones e inferencias*” (Piñuel J. L., 2002).

Piñuel muestra en su texto una definición sobre los esquemas, que en el transcurso de la investigación, permitirán comprender los factores externos e internos de cómo están compuestos los sujetos que consumen la comunicación como el entorno social en donde se producen los actos comunicativos. Así por ejemplo, como parte de esta investigación, al realizar un análisis de contenido sobre la cobertura periodística de los eventos de la CCE que cubren los diarios *El Comercio* y *El Telégrafo*, es preciso conocer primero el entorno social en donde se produce la noticia y también conocer sobre el público al que están dirigidos estos productos comunicativos.

Para lo cual el autor plantea que los esquemas que se poseen acerca de los demás, a los cuales el autor los denomina “*esquemas sociales*”, contienen datos que no solo se refieren a las propiedades de identidad del sujeto: sexo, aspecto físico, edad; sino también la posición que ocupan, que el autor denomina como “*estatus*” y a la función que desempeñan dentro de los grupos y organizaciones sociales (Piñuel J. L., 2002).

De igual manera, Luis Piñuel menciona que los esquemas, como estructuras de conocimiento, son estructuras de categorías o variables de naturaleza “*difusa*”, es decir sin límites exactos y absolutos, cuya relación estructural impone una cierta *covariación* a los valores de cada una de las variables o categorías que constituyen específicamente un esquema determinado, dentro de un amplio y flexible umbral de valores posibles (Piñuel J. L., 2002).

Para el análisis resulta preciso establecer un panorama claro sobre cómo se componen estos esquemas, reconociendo y diferenciando las características internas y externas, pues va a facilitar diferenciar y establecer de las categorías en las cuales se va a descomponer esta investigación sobre la cobertura periodística de los eventos de la Casa de la Cultura Ecuatoriana en la prensa escrita.

Piñuel advierte que las representaciones que se construyen sobre el interlocutor, en los diferentes procesos comunicativos, se encuentran establecidas por los conocimientos previos o como lo menciona el autor, “*esquemas sociales*”. Los esquemas activados

que se representan a las intenciones, creencias y estados mentales del interlocutor, tienen un papel fundamental en el control de la conducta (Piñuel J. L., 2002).

Para referirse propiamente al análisis de contenido, Luis Piñuel establece que este puede entenderse como un *metatexto*, que es el resultado de la transformación de un texto primitivo, sobre el que se ha aplicado un cambio para modificarlo, de forma controlada y que se maneja de acuerdo a reglas de procedimiento, de análisis y de refutación. Estas reglas apuntan a ser confiables, válidas, y deben justificarse metodológicamente (Piñuel J. L., 2002).

2.1.2 Metodología del análisis de contenido

Para realizar acertadamente el análisis de contenido en la investigación, es preciso establecer una metodología apropiada que guiará al investigador para realizar todos los pasos de este estudio, manteniendo un orden sistemático. De acuerdo con aquellos planteamientos que plantea el autor (Piñuel J. L., 2002), se puede entender que un análisis de contenido incluiría necesariamente los siguientes pasos:

- a) selección de la comunicación que será estudiada;
- b) selección de las categorías que se utilizarán;
- c) selección de las unidades de análisis; y
- d) selección del sistema de recuento o de medida

Este procedimiento va a permitir ofrecer al investigador un perfil lo más aproximado posible de esta metodología. Como lo expone Piñuel en su texto: es preciso elaborar una reflexión provisional sobre la metodología de análisis de contenido según los procedimientos previos que los caracterizan, aunque sin adentrarse en las combinaciones, intersecciones o mezclas, que se pueden dar entre ellos (Piñuel J. L., 2002).

El autor Luis Piñuel Raigada establece una clasificación para realizar un análisis de contenido apropiado, de acuerdo a las necesidades de cada investigador, pero, sobre todo, para cada objeto de estudio.

2.1.3 Análisis de contenido según la selección de comunicación estudiada

En este modelo de análisis, Luis Piñuel propone una subcategorización, que le permitirá al investigador establecer una mejor categorización, según los objetivos propuestos inicialmente. Para lo cual el autor plantea que según los objetivos de la investigación aplicada a esos formatos y situaciones de comunicación, pueden también diferenciarse análisis de contenido de carácter *exploratorio*, *descriptivo* y *verificativo y/o explicativo* (Piñuel J. L., 2002).

Luis Piñuel propone que el análisis *exploratorio* tiene por objeto una aproximación al diseño definitivo de la investigación, en donde el análisis de contenido es una técnica elegida para elaborar, registrar y tratar datos sobre “*documentos*”; los mismos que se denominan *pre-test*, y que generalmente se desarrollan para testear por primera vez el material de estudio (Piñuel J. L., 2002).

En esta categorización, el investigador puede determinar la elección del corpus de documentos para posteriormente, plantear un problema de análisis, en torno a situaciones que han producido aquellos textos. De esta manera, él podrá establecer las categorías relevantes para el estudio de procesos comunicativos y la prueba de los indicadores de medida (Piñuel J. L., 2002).

Para esta investigación, es preciso hacer una aproximación general al contenido que los que los diarios El Comercio y El Telégrafo realizan sobre temas culturales, en la sección relacionada con este tema, y particularmente sobre los eventos que propone la Casa de la Cultura Ecuatoriana. Esta aproximación permitirá comprender de manera global cómo la prensa escrita aborda el objeto de estudio y la importancia que le presta. De esta manera se facilitará la elaboración de categorías para proceder al análisis.

Precisamente, como lo plantea Piñuel, este estudio, se orienta a solucionar los problemas más relativos a la elaboración de categorías más pertinentes que van a configurar un protocolo de análisis y su eventual relación, de manera tal, que resulten productivas de cara a la explotación de los datos (Piñuel J. L., 2002).

Otra categorización que propone Piñuel aborda los análisis descriptivos; estos tienen por objeto la identificación y catalogación de la realidad empírica de los textos o documentos, en un marco de estudio dado, mediante la definición de categorías o clases de sus elementos (Piñuel J. L., 2002).

Así, el autor advierte que lo más interesante es partir de los contextos donde se inscribe el material de análisis, es decir, de su estructura de producción o de recepción comunicativa. La descripción de las características, de las situaciones, entornos y contexto implicados en su producción y recepción, o también descripción de la estructura que rige la conducta de los individuos, grupos o instituciones emisoras y receptoras en los procesos de comunicación que dieron origen a esos productos (Piñuel J. L., 2002).

Para esta investigación, es necesario partir del entorno en el cual se producen la cobertura periodística de los eventos de la Casa de la Cultura y la importancia que los medios de comunicación de masas, particularmente la prensa, le brindan en relación a otras noticias del acontecer social. Es preciso también conocer el producto comunicativo que se va a analizar, que en este caso es la sección cultural de los diarios El Comercio y El Telégrafo.

Otra categoría de esta clasificación son los análisis *verificativos* y *explicativos*. El autor plantea que en esta categoría es posible analizar las inferencias sobre el origen, naturaleza, funcionamiento y efectos de los productos comunicativos (Piñuel J. L., 2002). En este caso, establecer que al analizar el producto comunicativo, posteriormente será posible inducir una predicción, o estudiando un efecto, comprobar un contenido o estudiando un producto, comprobar los antecedentes de la comunicación.

Para esta investigación, se plantea establecer un panorama claro sobre la situación de la Casa de la Cultura Ecuatoriana en la relación que mantiene con la prensa escrita, y también establecer conclusiones que permitirán comprobar las hipótesis planteadas inicialmente en esta investigación.

2.1.4 Análisis de contenido según la selección de las categorías

Para este momento del análisis, Piñuel toma la teoría del autor Berelson, para señalar que cualquier análisis de contenido se sostiene o se hunde por cuales sean sus categorías de análisis (Piñuel J. L., 2002). Es preciso conocer esta clasificación, para escoger la más apropiada para analizar el objeto de estudio planteado en esta investigación.

El autor sostiene que la selección de la comunicación a estudiar permite enmarcar fenomenológicamente el objeto material de análisis, pero la selección de categorías construye la “mirada” del mismo (Piñuel J. L., 2002). Esta categorización permitirá establecer una mirada clara del cuerpo de estudio, que en este caso serán los diarios *El Comercio* y *El Telégrafo*.

Luis Piñuel plantea que las categorías proceden siempre de las *representaciones* que permiten la mirada del objeto de análisis. El autor sostiene que la vigencia de estas representaciones en el conocimiento vulgar, se compara con la del conocimiento científico, y reside en una confianza eventual que va pegada al conocimiento particular de una actividad o acontecer particular (Piñuel J. L., 2002).

Las categorías que van a permitir conocer qué tipo de cobertura dan los diarios nacionales a los eventos de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, van a permitir descomponer el objeto de estudio que para esta investigación forme parte de la sección cultural de cada medio impreso.

Como parte también de la investigación, el autor manifiesta un concepto de *refutabilidad*, el mismo que concierne a todo el capital de representaciones cognitivas de que se dispone para extraer, en el proceso de investigación. En la investigación básica. Como lo indica el autor, la refutabilidad corresponde a las teorías, mientras que en la investigación aplicada, la refutabilidad concierne solo a las prácticas (Piñuel J. L., 2002).

Piñuel señala que en el análisis de contenido, concretamente, pueden ser objetos del estudio los productos singulares de comunicación social, ya hayan sido obtenidos de procesos generales de comunicación (por ejemplo ejemplares de periódicos impresos y

distribuidos, o informativos emitidos y grabados en Medios de comunicación de Masas –MCM); ahora bien, los productos singulares pueden ser objetos del estudio solo si son refutables para el diagnóstico sobre las causas y consecuencias de los procesos comunicativos a que pertenecen (Piñuel J. L., 2002).

En este caso, el objeto de estudio son los ejemplares de periódicos impresos: El Comercio y El Telégrafo son los diarios nacionales y de una u otra manera influyen en el contenido que consume la población ecuatoriana.

Además, Piñuel plantea que la naturaleza singular de los datos de investigación (elaborados siempre, no encontrados en estado puro) y de los procesos que guían su elaboración, registro y tratamiento posterior, se da en función de la previa fijación de objetivos de conocimiento y práctica, y de la delimitación de objetos de estudio adecuados a ellos, significativos o representativos, y pertinentes para su refutabilidad (Piñuel J. L., 2002).

2.1.5 Análisis de contenido según el diseño de análisis del objeto de estudio.

En esta categoría el autor sostiene que la pertinencia de acudir a situaciones espontáneas y a la elaboración de datos mediante la disección o análisis de productos singulares de comunicación social procede de refutar la adecuación, significatividad y validez de la singularidad de los productos respecto a aquellas situaciones. (Piñuel J. L., 2002)

En aquellas situaciones de comunicación que brindan la posibilidad de elaborar, registrar y después procesar los datos a partir del tratamiento de los productos singulares guardados, grabados o conservados (ejemplares de periódicos puestos en circulación, programas de radio o de Tv que han sido difundidos, etc.) pertenecientes a aquellas situaciones, requieren una previa disección de los productos, orientada a su vez a elaborar, registrar y tratar datos extraídos de ellos; ahora bien, es obvio que no todos los datos pueden ser elaborados, registrados y tratados, a partir de la disección de productos comunicativos o “textos”, resultarán adecuados, y serán significativos y suficientes, para representar científicamente la situación comunicativa que integra supuestamente el acontecer socialmente previsto en que se recurre a la comunicación, y que ha de constituir el objeto científico de análisis.

Para este análisis, como lo establece el autor, la elaboración de datos mediante el análisis de productos – piezas periodísticas- procede de someter a prueba que las operaciones de disección del “texto”, y la elaboración, registro y tratamiento de los datos referidos a este, resulten, significativos y suficientes para mostrar su singularidad respecto a la situación de comunicación que constituye el campo de estudio para representar (Piñuel J. L., 2002).

Con esto, el autor se refiere a que el investigador precisa establecer y comprobar que el objeto de estudio de su análisis va a brindar resultados significativos y contundentes que van a comprobar la hipótesis y los objetivos planteados inicialmente y que para esta investigación vendría a ser, que la cobertura periodística de los eventos de la Casa de la Cultura Ecuatoriana es deficiente, en lo que concierne a la prensa escrita.

Para proceder con el análisis de contenido, el autor Luis Piñuel propone otra subclasificación para encaminar el proceso de investigación, y afirma que según el diseño de análisis del objeto de estudio, pueden diferenciarse también: *análisis de contenido horizontales, verticales, transversales, longitudinales y triangulares* (Piñuel J. L., 2002).

Para esta investigación se optará por seguir el *análisis de contenido transversal*. Esta perspectiva se enfoca en el estudio de muestras que difieren, como en el caso de la investigación, las diferencias en la línea editorial de ambos medios sobre el acontecer social, que en este caso son los eventos de la Casa de la Cultura Ecuatoriana. Además, en el análisis transversal, se toma en cuenta la comparación de varias perspectivas, que en esta caso es la cobertura periodística de los eventos de la CCE.

Piñuel manifiesta que el análisis de contenido con diseño transversal es aquel que consiste en seleccionar muestras de corpus textuales que difieren, por ejemplo, en cuando a una toma de postura ante un tema, y formar con ellos grupos independientes que se analizan en el mismo momento histórico crucial reflejado en esos corpus. Si son representativos y se igualan a las condiciones de esos grupos, las diferencias que se observen habrá que atribuir las a las posiciones diversas, pero siempre permanecerá la

duda de si son debidas también a diferentes situaciones de comunicación que les son propias (Piñuel J. L., 2002).

2.1.6 Análisis de contenido según los parámetros de medición y evaluación

El autor Luis Piñuel expone una tercera clasificación del análisis de contenido, que según los parámetros de medición y evaluación pueden diferenciarse análisis de contenido *cualitativos* y *cuantitativos* (Piñuel J. L., 2002).

Piñuel Raigada manifiesta que la diferencia entre el análisis de contenido cuantitativo y cualitativos es débil; sin embargo, porque los aspectos cualitativos se encuentran en toda la investigación que parta de una teoría que sirve para construir el objeto científico de estudio, y los análisis de contenido no pasan a la cuantificación de las unidades de análisis hasta que no sea definido previamente un repertorio de categorías o ítems provistos por el marco teórico, el planteamiento de problemas y por los objetivos del estudio aplicado a un objeto, siempre construido a priori (Piñuel J. L., 2002).

Para esta investigación se va a emplear tanto el análisis cualitativo, porque se parte de algunas teorías, que son: el análisis de contenido, la relación entre la prensa escrita y una empresa u organización y conceptos básicos sobre periodismo cultural. De igual manera, se procederá a realizar un análisis cuantitativo porque se establecerán categorizaciones en una matriz, que permitirán analizar el objeto de estudio: la prensa escrita.

Para el análisis cuantitativo, el autor propone una sub-clasificación, para establecer los parámetros de medición apropiados, que son el análisis de tipo frecuencial y no frecuencial. En este caso, para beneficios de la investigación, se procederá a adoptar el análisis de tipo frecuencial, el mismo que sugiere la contabilización del número de ocurrencias de indicadores o categorías. (Piñuel J. L., 2002).

En este modelo de análisis de atiende a otra clasificación, en donde se optará por la norma de distribución estable, permite apreciar modificaciones en las frecuencias con el transcurso del tiempo. Las frecuencias sirven entonces para medir estadísticamente

datos descriptivos, o para establecer escalas bipolares que marcan la dirección, o la intensidad y la dirección simultáneamente (Piñuel J. L., 2002)

2.1.7 Las técnicas del análisis de contenido

El autor propone que para efectuar correctamente el análisis de contenido, es preciso considerar dos aspectos respecto a las técnicas para elaborar, registrar y tratar datos en análisis de contenido. El primero corresponde a la normalización de los procedimientos para llevar a cabo cada investigación particular. Otro es la elección del medio que mejor pueda ajustarse a los planteamientos teóricos y metodológicos de los que se parte (Piñuel J. L., 2002).

2.1.8 La normalización de los procedimientos de análisis: el protocolo

José Luis Piñuel sostiene que el protocolo es un procedimiento o conjunto de normas que guían tanto la *segmentación* del corpus según el establecimiento de criterios interpretativos para su lectura u observación, como para efectuar el *registro* más adecuado de datos, disponibles después para su tratamiento *estadístico o lógico* y para el procesamiento posterior en datos de “segundo” y “tercer” orden, es decir, datos referidos, a su vez, a datos previamente registrados y tratados (Piñuel J. L., 2002).

En toda investigación es preciso mantener un *protocolo*, que marcará el procedimiento que el investigador va a realizar en su investigación, para que en primer lugar el proceso sea ordenado y sistémico, en segundo lugar para que los resultados sean significativos y pertinentes, y en tercer lugar, para que a partir del análisis se pueda establecer con facilidad una proyección sobre el objeto de estudio.

El autor Piñuel sostiene que gracias a la existencia y manejo adecuado de un sistema de análisis, adecuadamente objetivado, si el mismo corpus es analizado por el mismo investigador o investigadores diferentes, las conclusiones del estudio deben ser coincidentes; si el mismo o diferentes investigadores estudian corpus diferentes pero igualmente representativos de los mismos procesos y sistemas de comunicación, también concluirán en semejantes resultados; y finalmente, si el mismo o diferentes

investigadores estudian corpus diferentes pero igualmente representativos de diferentes procesos y sistemas de comunicación, podrán llegar a conclusiones válidas tanto para comparar los procesos por su naturaleza, como por su evolución temporal. (Piñuel J. L., 2002)

El objeto de mantener un protocolo de análisis en la investigación, como lo expone Luis Piñuel es que los efectos, o los resultados de la investigación no se podrán refutar, De esta manera, las conclusiones, resultaran irrefutables mientras no cambie el objeto de estudio (Piñuel J. L., 2002).

En general, los protocolos para el análisis de contenido constan de dos tipos de guías de procedimiento. Una es la guía para la interpretación y segmentación del corpus, que suele llamarse *libro de códigos*. Otra es la guía para registro de datos, que suele conocerse como *ficha de análisis*.

2.1.9 La ficha de análisis: plantilla para el registro de datos

Piñuel Raigada se refiere a la ficha de análisis como una platilla para el registro de datos al volver a leer, escuchar y visualizar cada una de las segmentaciones del corpus. José Luis Piñuel señala que se trata de un cuestionario que el analista rellena como si él fuese un encuestador que se hace preguntas a sí mismo y las responde a la medida en que su apreciación de cada segmento leído, escuchado o visualizado (Piñuel J. L., 2002).

Para llenar las fichas, el autor propone un modelo de procedimiento adecuado para que el resultado de este análisis sea el esperado por el investigador. Para lo cual establece que las fichas de análisis suelen comenzar con las variables que se utilizan para relacionar la unidad de análisis, que en este caso corresponde a la sección cultura de los diarios El Comercio y el Telégrafo, con el resto de unidades que integran cada ejemplar del corpus, y con todo el corpus globalmente (Piñuel J. L., 2002).

A continuación, en el procedimiento, las fichas de análisis suelen continuar por aquellas variables que atañen los aspectos más generales del segmento leído (por ejemplo, temas generales o ámbitos de referencia), hasta llegar a aquellas otras variables que atañen a detalles más; finalmente se da paso, de la forma que resulte más fácil para los analistas, a

las variables que requieren relecturas para interpretar detalles (por ejemplo, categorías de atribución, modalidad, relaciones, o refiriéndose a personajes de un relato, categorías referentes a las apreciaciones de sus rasgos físicos, o sociales, o comunicativos, o a sus acciones, aspiraciones, actos, enunciaciones, etc.) (Piñuel J. L., 2002).

2.1.10 El libro de códigos: guía para la segmentación del corpus

El autor Luis Piñuel Raigada establece, como parte su teoría, el uso de un sistema de códigos, que es un manual de instrucciones, que guiarán al investigador para proceder correctamente con la categorización de las variables a analizar dentro de su objeto de estudio. En este libro de códigos, se establece: (Piñuel J. L., 2002)

- 1) Cuál es la naturaleza del corpus, qué contiene, para qué sirve, cómo interpretarlo o desde qué perspectiva abordar su lectura, escucha o visualización;
- 2) Cuáles son sus unidades de análisis, es decir, cómo segmentar el corpus de forma que a medida que se lee, escucha o visualiza, el analista sepa cuándo abrir una *ficha de análisis* y proceder a registrar datos re-leyendo, re-escuchando o re-visualizando los segmentos establecidos de ese corpus;
- 3) Cómo rellenar las *fichas de análisis*, sabiendo a qué código alfanumérico corresponden cada una de las apreciaciones de la interpretación del segmento analizado;
- 4) Cómo dar por concluida cada ficha de análisis, y cómo ordenarlas y archivarlas para su uso posterior en el tratamiento del registro de los datos registrados;
- 5) Cómo construir o usar una base de datos que permita elaborar y procesar datos de segundo y tercer orden, es decir, cómo producir nuevos datos sobre los inicialmente registrados en las fichas y en la base a la que se han trasladado;
- 6) Eventualmente, aunque esto no suele formar ya parte del *libro de códigos*, cómo obtener, usando la base, datos de segundo y tercer orden, mediante un plan de explotación: recuento de frecuencias, por ejemplo, establecimiento de medidas estadísticas, correlacionales, plan de cruces para tablas de contingencia, etc. (Piñuel,2002)

El Libro de Códigos se convierte en una guía indispensable para el investigador, pues le indica detalladamente como proceder para acercarse al objeto de estudio, y posteriormente para establecer las categorizaciones según el modelo de análisis escogido y también, según los objetivos planteados inicialmente en la investigación.

José Luis Piñuel afirma que no todos los datos que pueden ser elaborados, registrados y tratados, a partir de la disección de productos comunicativos o “textos”, resultarán adecuados, y serán significativos y suficientes, para representar científicamente la situación comunicativa que integra supuestamente el acontecer socialmente previsto en que se recurre a la comunicación, y que ha de constituir el objeto científico de análisis (Piñuel J. L., 2002).

De igual manera, el autor establece la pertinencia de la elaboración de datos mediante la *disección* (o segmentación) de *productos singulares* de comunicación social (como es el caso del análisis de contenido) y que nace de someter a prueba que las operaciones de disección del “texto”, y la elaboración, registro y tratamiento de los datos referidos a este, resulten adecuados, significativos y suficientes para mostrar su singularidad respecto a la situación de comunicación que constituye el campo de estudio, el cual tiene que representar a su vez, singularmente un objeto de conocimiento científico: la comunicación (Piñuel J. L., 2002).

En esta investigación, se va establecer una categorización que permita señalar cuál es el tipo de cobertura que los diarios El Comercio y El Telégrafo le dan a los eventos de la Casa de la Cultura. Para este análisis se procederá a la toma de datos y su posterior registro en una matriz que muestre la categorización de variables.

En este tipo de análisis la muestra viene a ser el número de periódicos que representan al universo de ejemplares difundidos en un tiempo determinado, cubriendo un cierto territorio de audiencias (Piñuel J. L., 2002), Para esta investigación, se recurrirá al análisis de la sección cultural de los diarios: *El Comercio* y *El Telégrafo* por el periodo de un mes.

Para este modelo de análisis, el autor se refiere a que se sabe con cuántos ejemplares de periódicos se cuenta, y se sabe cómo segmentar el corpus, por ejemplo en unidades de redacción en cada periódico (editoriales, o por secciones, noticias, artículos de opinión, crónicas reportajes, etc.). (Piñuel J. L., 2002) Para esta investigación, se procederá a segmentar el corpus de estudio, por el número de pieza periodística, la fecha, el espacio en centímetros sobre columna, el tratamiento en cultura en relación centímetros sobre

columna, la coherencia entre el titular y el texto, las fuentes, la contrastación de fuentes, el género periodístico, si el texto viene acompañado de una imagen.

Pero advierte también el autor que tras esta segmentación, no se sabe muchas veces con certeza cuántas unidades de análisis aparecerán. Este es el tipo de unidades que pueden denominarse *unidades formales* y que son unidades que componen fenomenológicamente al objeto material de estudio, y sirven para fijar alternativas metodológicas por las que se *transmutan en datos manejables*, según elección de una o más *técnicas* para procesarlos y analizarlos. (Piñuel J. L., 2002) Para esta investigación se han configurado inicialmente siete categorías de análisis, que se han mencionado anteriormente.

José Luis Piñuel establece que las alternativas metodológicas tienen que ver con la elaboración y registro posteriores de otros datos que hemos dado en llamar “segundo orden” o incluso de “tercer orden” que tendrán que ser procedentes del objeto de estudio, que tendrán igualmente que ser significativos y suficientes para contrastar el objeto de estudio y los objetivos fijados en su análisis (Piñuel J. L., 2002).

Como datos de segundo orden, en esta investigación se procederá a la elaboración de una matriz en donde se analizarán las categorías señaladas anteriormente y en base a la cual, se procederá al análisis de cada variable en distintos cuadros de tipo pastel o de barras, que permitirán una visión más clara de los resultados del análisis. Como datos de tercer orden, una proyección de los resultados del análisis. (Piñuel, 2002).

El autor manifiesta que para que la apreciación resulte lo más objetivada posible, las instrucciones suelen ensayarse de antemano en las pruebas piloto, e incluso probarse experimentalmente recurriendo a “grupos de jueces” que experimentalmente sirven para contrastar las apreciaciones buscadas ante la lectura, escucha o visualización de segmentaciones representativas del corpus (Piñuel J. L., 2002). Para el caso de esta investigación sí se establecerá una prueba piloto.

Para proceder con el análisis, el autor explica en su teoría que las evaluaciones sobre los aspectos notables de cada segmentación, se constituyen por variables y categorías, a cada una de las cuales se le hará corresponder con un número de columnas y filas en la base de datos (Piñuel J. L., 2002).

En ocasiones, no todas las variables de una ficha de análisis presentan decodificadas todas las casillas posibles para dar respuesta a las apreciaciones de sus rasgos; puede haber variables cuya apreciación la expresa cada analista escribiendo una frase o una palabra clave que a su juicio puede resumirla. En este caso, será necesario posteriormente *postcodificar* las respuestas, antes de registrarlas en la base de datos, de forma que solo se considerará concluida una ficha, cuando tras la palabra clave recogida, se acompaña el registro correspondiente a la categoría de post-codificación que resulte necesario consignar (Piñuel J. L., 2002).

Siguiendo el plan de exploración, los procesadores terminan su trabajo, proporcionando lo que se denominan *tabulaciones*, a partir de las cuales el investigador principal efectuará la interpretación de los datos de segundo y tercer orden, y elaborará los datos de orden posterior, es decir, aquellos que sirven para exponer y describir las conclusiones del estudio. (Piñuel J. L., 2002) Para esta segmentación, se procederá a registrar los datos en una matriz.

Son estas últimas unidades, y sus correspondientes interpretaciones como fruto final de la investigación, las que precisamente se llevarán al informe de la investigación en calidad de conclusiones, y especialmente las que dotan de sentido a todo el proceso de elaboración, registro y tratamiento de datos. Por esta razón cuando la investigación está concluida, y el problema inicial cobra una solución aplicable, ya sea a corto o largo plazo, el informe presenta, junto a las correspondientes unidades de cada fase de aplicación del protocolo (Piñuel J. L., 2002) .

Finalmente el autor expone que algunos datos que sin embargo han sido extraídos en el proceso de investigación y que permanecen ocultos en las *tabulaciones*, serán silenciados o desechados. Las tabulaciones posiblemente han contemplado cruces entre variables que sin embargo no llegan al informe final, ya sea porque sus datos resultan no suficientemente significativos (Piñuel J. L., 2002).

2.2 COMUNICACIÓN CORPORATIVA EXTERNA EN LAS RELACIONES DE PRENSA

En un segundo momento de la investigación, también es preciso analizar cómo se da la relación entre los medios de comunicación de masas, particularmente la prensa escrita con las empresas u organizaciones. Para analizar este fenómeno, se recurrirá a la teoría de comunicación y gestión de las organizaciones del autor José Luis Piñuel Raigada. Al ser el mismo autor de la teoría anterior, es posible establecer una similitud de pensamiento entre ambas teorías, lo cual es pertinente porque no se establecerán contradicciones en el análisis.

Para una institución, mantener una relación con la prensa, es decir, con los periodistas de las diferentes redacciones de la prensa escrita y audiovisual, permite cumplir objetivos de largo plazo, tales como alimentar más que la simple notoriedad, una imagen pública conforme a la deseada en su estrategia de comunicación (Piñuel J. L., 1997).

El autor José Luis Piñuel expone que a corto plazo, las relaciones de prensa o con los periodistas de las redacciones en los medios, permite cubrir el objetivo de *difundir toda información útil al público*, en lo que concierne a la institución; es decir, toda información concerniente a ella, y que esté ligada a una actualidad de interés general. Solo si se cumple con este objetivo a corto plazo, se puede mantener un objetivo a largo plazo, del cual depende el capital intangible de reputación que va a servir de “fondo” permanente a la percepción pública de las “figuras” por las que construye su propia imagen pública una empresa u organización (Piñuel J. L., 1997).

En este caso, la Casa de la Cultura Ecuatoriana al ser la mayor institución que trabaja en favor de la cultura y las artes en el país, debe manejar una buena imagen pública ante los medios de comunicación, pero sobre todo ante la audiencia a la que quiere llegar. Esta institución mantiene una relación directa con la radio y con la televisión, más no con la prensa escrita (como puede verse en el cuadro No. 1 del capítulo anterior).

Como lo manifiesta el autor, estas relaciones son de doble sentido: de la institución hacia la prensa y de la prensa hacia la institución. El mantenimiento de las relaciones con la prensa

comprende también, por su reciprocidad, acciones de seguimiento de la información periodística. (Piñuel J. L., 1997) El autor sugiere las relaciones entre la prensa y las organizaciones deben ser de mutuo beneficio, para la institución y los medios de comunicación.

Es fundamental conocer todo lo que se dice en los medios a propósito de la empresa y a propósito de los problemas de actualidad que le conciernen directa o indirectamente a la empresa: evolución del entorno económico, disposiciones legislativas o reglamentarias, novedades tecnológicas, actualidad respecto a la competencia, etc. (Piñuel J. L., 1997)

En estos últimos meses, la Casa de la Cultura Ecuatoriana ha atravesado por varias situaciones, que van desde la propuesta de una nueva ley de cultura que regule las actividades de esta institución, los problemas entre el anterior ministro de cultura Paco Velasco y el Presidente de la Casa de la Cultura Raúl Pérez Torres, y finalmente, el presupuesto que el estado destina a la Casa de la Cultura. Todos estos acontecimientos mediático ponen en la esfera pública esta institución.

El autor señala que lo que se pretende conocer en último término es cuál es el estado y el devenir de la “*escena pública*” donde a diario se representa aquella actualidad social en cuyo interior la organización puede ser un personaje relevante si aparece, o un personaje olvidado –y por tanto inexistente- si deja de aparecer (Piñuel J. L., 1997).

La Casa de la Cultura Ecuatoriana, en el marco de los eventos que organiza continuamente, siempre tienen la necesidad de aparecer en la esfera pública, no solo por la necesidad de esta institución para difundir su trabajo, sino también para dar a conocer al público en general el trabajo que desarrollan continuamente los artistas ecuatorianos en todos los ámbitos de las artes.

Como lo sugiere Luis Piñuel en su texto, el consumo de la información de los media implica diferentes reacciones encaminadas a un reajuste frente al entorno, el mismo que siempre se efectuará en la medida y dirección que al individuo le interese mantener la constancia de su entorno (Piñuel J. L., 1997). Es posible evidenciar, nuevamente refiriéndose al cuadro No. 1 que aparece en el capítulo anterior, que el departamento de comunicación de la Casa de la Cultura Ecuatoriana guarda con los medios de

comunicación, únicamente se enfoca en mantener canales de difusión directos con la radio y con la televisión, además de los medios de comunicación alternativos. Esta situación indica que al no mantener una buena relación con la prensa escrita, puede debilitar la imagen pública que quiere mantener la CCE como institución.

El universo del acontecer en un entorno socialmente compartido, es la materia prima de un producto elaborado –la información diaria. Cuya oferta se disputan todos los medios de comunicación de masas. Los acontecimientos seleccionados por los media tienen su origen en entornos cuyas variaciones o cambios son susceptibles de interesar siempre a sus audiencias. (Piñuel J. L., 1997)

El individuo se encuentra más o menos obligado a “reajustar” permanentemente su modelo de entorno y sobre la base de este “reajuste”, puede explicarse el tipo de anticipación que el individuo hace del entorno y, por lo tanto, su “paisaje mental” un modelo personal sobre el entorno. Pero también interviene la implicación del individuo en el acontecimiento en cuestión y por lo tanto, en el entorno donde el acontecimiento se produce. (Piñuel J. L., 1997)

De esta manera, el autor propone que el consumo de la información de los media implica diferentes reacciones encaminadas a un reajuste frente al entorno, pero en último término este “reajuste” siempre se efectuará en la medida y dirección que al individuo le interese mantener la constancia de su entorno.

El “acontecer público” es un acontecer previamente definido, tanto por la estructura de producción de la información periodística en los medios, o como por la estructura del producto acabado en su presentación, y a partir de la cual el consumidor/receptor de comunicación, aplica sus pautas para la exploración de referencia sobre el acontecer. (Piñuel J. L., 1997)

Luis Piñuel establece que una estructura de producción de la información periodística en los medios impone con un orden anticipado al “acontecer público” en varias etapas: la primera, organiza de forma permanente la exploración anticipatoria de la actualidad, la *agenda setting*, cuya vigencia es duradera y constante; la segunda, complementaria de la anterior para la permanente recogida de la información es facilitada por la suscripción o

abono a Agencias Informativas, por una parte y, por otra, estableciendo corresponsalías y enviando reporteros; la tercera, sometida a la periodicidad con que el órgano informativo ofrece su producto radica en el trabajo por “secciones” para la selección y elaboración de unidades redaccionales según acontecimientos y géneros periodísticos; la cuarta complementa la anterior actuando como filtro al servicio de la conformidad permanente con la *agenda* del medio informativo: se realiza mediante la deliberación en “consejo de redacción” para distribuir el espacio de las unidades prefabricadas de la etapa anterior. (Piñuel J. L., 1997)

Con respecto a la *Agenda setting*, Piñuel explica que se trata de una expresión, tomada del inglés, para referirse al establecimiento de una planificación en los medios periodísticos del trabajo a largo, medio y corto plazo, al objeto de “cubrir” acontecimientos de actualidad. (Piñuel J. L., 1997)

La planificación de esta agenda de trabajo se enriquece, con el manejo de una red de “contactos” privilegiados para la recopilación de datos, comentarios, colaboraciones, entre otros, que suelen establecerse también por fuentes, temas y por registros documentales de archivo.

El acontecer público es una materia prima que se define por su reproducción en los órganos informativos. Luis Piñuel propone que la importancia de conocer lo más exhaustivamente posible, mediante *monitoring* y el análisis de contenido de la información de actualidad, para determinar la parcelación de entornos y el seguimiento consiguiente de sus variaciones definidas como acontecimientos noticiables, comentarios y opiniones, según los diferentes órganos informativos y según el interés y las acciones de la empresa o institución que ha querido servirse de ellos para informar día a día al ciudadano (Piñuel J. L., 1997).

Partiendo de esta información, es posible crear acontecimientos diseñándolos a la medida de una ventajosa aparición en ella por parte de la empresa u organización, y ocasionalmente, ofrecerlos en exclusiva a un medio. Para lo cual, es necesario acoplarse a la planificación de agenda en los medios, que se define siempre por una visión particular, que es privativa de cada uno de ellos, sobre las fuentes, calendario, contenidos y catalogación del acontecer público.

Como ya se ha mencionado a lo largo en esta investigación, La Casa de la Cultura plantea difundir a la población ecuatoriana su agenda cultural mensual, a través de los diferentes medios de comunicación tradicionales y los nuevos medios informativos. Sin embargo, el departamento de Comunicación Social que es el encargado de la comunicación externa e interna de la institución no ha aprovechado al máximo las herramientas en cuanto a su relación con los medios nacionales y menos aún con los medios internacionales.

La información de los medios se presenta siempre de antemano parcelada, presumida en sus valores y consecuencias, prefigurada en sus fuentes y expectativas. El autor expone en su análisis que el diseño, planificación aplicación y control de la agenda informativa por fuentes, temas y canales de contacto para el seguimiento y recogida de datos, constituye la imagen de marca que diferencia a unos medios de otros, mucho antes de que esta imagen de marca se refleje en la presentación de sus productos informativos (Piñuel J. L., 1997).

2.2.1 La estructura de los servicios de prensa

Los gabinetes de prensa o simplemente el encargado de prensa, han sido mayoritariamente canalizados por el departamento de comunicación, o por el director de comunicación, entre cuyas tareas privilegiadas (las de comunicación externa) se encuentra la de Relaciones con la Prensa. En las administraciones públicas es raro no encontrar este servicio. En el mundo de la empresa privada esta tarea suele ser asumida por la persona encargada de las Relaciones Públicas (Piñuel J. L., 1997).

Sea cual sea el perfil del responsable de esta actividad de Relaciones con la Prensa, se requiere para desarrollar esta una buena experiencia de los medios de comunicación y de sus convencionalismos y prácticas profesionales. A esto se añade que el encargado de prensa debe conocer personalmente, a un cierto número de periodistas y ser capaz de movilizar rápidamente a su red de contactos.

Algunos encargados de prensa pueden de esta manera especializarse por sectores. Es muy frecuente que periodistas especializados se trasladen desde los medios a las empresas para responsabilizarse de las relaciones de prensa y viceversa, desde la empresa hasta los medios; esta versatilidad la hace posible, primero el aprendizaje generalista en la teoría y la

práctica de la comunicación, y luego, el aprendizaje de la especialización, ya sea al servicio en las fuentes, o al servicio de los medios (Piñuel J. L., 1997).

2.2.2 El encargado de prensa y sus cometidos

Piñuel establece que la posición del encargado de prensa debe ser suficientemente reconocida como para que esta le permita tener una relación de igualdad con los cuadros o los responsables de la empresa que proporciona la información susceptible de ser pasada a los ciudadanos a través de los medios. En ningún caso, por razones de credibilidad y de independencia, debe estar subordinado el encargado de prensa a los departamentos de marketing o de publicidad (Piñuel J. L., 1997).

Entre sus cometidos hay que citar, en primer lugar, un trabajo de *documentación*. Consiste, en primer lugar, en el examen diario de la prensa informativa, de las revistas y de la prensa especializada, al objeto de conocer el mapa que, de la actualidad relevante para la institución, constituyen día a día los medios; incluye igualmente el archivo de aquellos recortes de prensa que pueden resultar imprescindibles para su catalogación y conservación.

Gracias a este archivo se pueden realizar la posterior producción y difusión de una revista o dossier de prensa diario, o a ser posible, de periodicidad semanal, que servirá a los responsables y al personal de la empresa, para conocer los registros más importantes del devenir reciente, representado por los medios, a propósito de la actualidad donde la empresa se ha hecho presente, o que a los ámbitos donde la empresa actúa.

Se completa con la constitución y actualización regular de una documentación básica sobre la empresa, una fototeca, adaptada a las necesidades de los periodistas, perfectamente disponible para atender de inmediato las demandas de estos en cualquier momento (Piñuel J. L., 1997)

Una tarea propia del gabinete o del encargado de prensa es realizar un trabajo creativo en la concepción, redacción y seguimiento de la edición de cualquier documento de información puntual; como comunicados, dossier de prensa, folleto de empresa, periódico interno, o cualquiera de los documentos que la empresa haya de entregar a la prensa (Piñuel J. L., 1997).

En el caso de la Casa de la Cultura Ecuatoriana el papel del encargado de prensa lo ocupa el departamento de Comunicación Social, a cargo del Lic. Rodrigo Rangles, quien junto a un equipo de comunicadores y especialistas en el campo del periodismo, establecen una planificación de sus estrategias de comunicación externa, para socializar con los diferentes medios los eventos planificados por la vicepresidencia de la CCE mensualmente.

2.2.3 Gabinete de prensa y su organización

Cuando la empresa debe hacer frente a un volumen regular o importante de actividades de interés general, se impone la creación de un servicio de prensa. Este servicio reúne como mínimo uno o varios encargados de prensa bajo la autoridad de un jefe, servicio o gabinete. El reparto del trabajo puede efectuarse o por la naturaleza de las actividades, o por el contenido de la información, o por la regularidad del trabajo que se realiza (Piñuel J. L., 1997).

Tomando en cuenta la naturaleza de las actividades se pueden disociar tres bloques de actividad: uno, el seguimiento o *monitoring* de la prensa y la realización de la revista o dossier de prensa, otro, la investigación, la selección y la puesta en forma de la información que haya que distribuir o facilitar, ya sea un comunicado, un dossier o la preparación de una entrevista; y, finalmente, los contactos individuales con los periodistas, unido o no a la organización de las manifestaciones ante la prensa (Piñuel J. L., 1997).

Es importante una infraestructura eficaz, así como un sistema de clasificación que permita un acceso rápido a la información y a los documentos editados por la empresa. También es útil tener un tablón de seguimiento para ir señalando las relaciones con los periodistas (Piñuel J. L., 1997).

2.2.4 Ofertas y demandas de información a los servicios de prensa

Tanto en la oferta como la demanda de información que se ofrecerá a los periodistas, como aquello que los periodistas demandan a los servicios de prensa en una empresa u organización, tendría que distinguirse: la información corriente, informaciones específicas e información crítica que se conoce como “*no controlada*”.

Piñuel explica que la información corriente requiere una distribución regular de datos de carácter básico y que sirven como tarjeta de presentación sobre la identidad de la empresa, su ámbito de actividad, su posición en el mercado, sus resultados financieros recientes, y sus proyectos de futuro (Piñuel J. L., 1997).

Las informaciones específicas tienen un aspecto de la institución, en este caso, relacionado con un asunto de actualidad. Por ejemplo, con la institución y sus personas (movimientos de personal, visita de personalidades importantes a la institución, acciones oficiales emprendidas hacia el mundo político, etc); o con actividades relacionadas con cambios o innovaciones en los que se ocupa la actualidad (nuevas implantaciones, nuevos ejes de desarrollo, etc.); o con las políticas emprendidas como consecuencia de un compromiso del que trata la actualidad en los medios (política social, contratación, estrategia de comunicación, técnicas de marketing, protección del medio ambiente) (Piñuel J. L., 1997).

La información crítica y “no controlada” tiene que ver con las noticias que conciernen a la institución, y sobre las que la dirección cree conveniente que debe pronunciarse, o bien cuya respuesta responde a una demanda de la prensa. Estos compromisos, y en su caso requerimientos, para dar información tienen a menudo un carácter de urgencia. Puede tratarse de problemas graves que afecten a la empresa. El servicio de prensa debe asegurar que la reacción de la empresa, o su respuesta a las demandas de la prensa, lleguen lo más pronto posible a las redacciones, en el primer caso, o a la dirección general, en el segundo (Piñuel J. L., 1997).

2.2.5 La estrategia: programación, públicos y soportes

En las relaciones de prensa se han adoptado una variedad de rutinas, más o menos flexibles. La mejor estrategia para elegir una u otra, es adaptar, el modo de difusión a la importancia del contenido a difundir, a la calidad del público a que se destina a través de los medios seleccionados y a los hábitos del sector donde actúa la empresa. Una operación de prensa desproporcionada con relación a la información que aporta, puede incomodar a los periodistas y conducirlos a un tratamiento sarcástico de la información (Piñuel J. L., 1997).

Así, para una información crítica, se elige una difusión instantánea para un acontecimiento al que remite la información específica que se considera puede atraer la curiosidad del periodista, se difunden varios comunicados. Para una información polémica o compleja, que necesita aclaraciones por parte de la institución, se puede organizar un encuentro directo con la prensa. Cualquiera que sea la rutina utilizada, hay que adaptar en términos de imagen, a las ambiciones de la institución, tomándose todas las garantías de antemano con atención: es decir, tomándose al menos el cuidado de difundir un dossier para la prensa y asegurarle a los periodistas la posibilidad de entrar fácilmente en contacto con el servicio de prensa (Piñuel J. L., 1997) .

Al momento, el consumo e información es mucho más rápido, la información se reduce a lo más importante y el acceso a la información está destinado a un amplio porcentaje de la población en el mundo. Por eso, las redes sociales abarcan casi todos los espacios de consumo de información. Los medios y las empresas han apostado por volcar sus canales de información a estos espacios.

2.2.6 Programaciones puntual y anual de prensa

Contemplando las relaciones de prensa más allá de la estricta difusión de informaciones corrientes, se trata de explorar toda ocasión, de crear acontecimientos en provecho de la institución; ya sea utilizando una actualidad por fuera para la cual esta puede aportar un complemento de información, un testimonio, una reacción. El conjunto articulado de operaciones susceptibles de comprender relaciones con la prensa, constituye el programa de acciones estratégicas, puntuales, unas y anuales otras, programables a medio plazo (Piñuel J. L., 1997).

Si el encargado de prensa efectúa habitualmente un análisis minucioso de las expectativas de los diferentes públicos de la organización (mediante seguimiento de la prensa, sondeos informales, entre otros), y de acuerdo a un modelo estratégico, de acuerdo a la naturaleza de una expectativa, esta podrá controlarse, dando satisfacción al periodista haciendo un balance regular de los problemas planteados por la prensa; de esta forma se podrá incitar a los informadores en la institución a producir las informaciones útiles y, eventualmente, integradas en los documentos de base. (Piñuel J. L., 1997).

La importancia de una información se aprecia igualmente tanto en función del tamaño de la institución, de su historia, como de su nivel alcanzado de presencia en medios y del tipo de prensa que la pone de actualidad. Esto lleva a distinguir las informaciones urgentes, de aquellas otras que no requieren sino una información específica o una información corriente de distribución regular (Piñuel J. L., 1997).

Si se ejemplifica este postulado, tomando a la Casa de la Cultura Ecuatoriana, el departamento de Comunicación Social sería el encargado de manejar las relaciones con la prensa. La Casa de la Cultura tiene importancia en la actualidad nacional, puesto que es el principal organismo autónomo encargado del quehacer cultural en el país. En el transcurso de su historia, se ha convertido además en la casa de varios artistas y gestores culturales. Por lo cual se ha convertido en el escenario para diferentes formas de expresión artística y cultural.

2.2.7 Identificación de públicos destinatarios y soportes

Las empresas programan planes de comunicación para el año, estos muestran públicos identificables para la institución, y en función de ellos se debe seleccionar, la información adecuada, vía las relaciones de prensa, mediante campañas puntuales, o programando campañas de forma coordinada con el resto de operaciones de comunicación (Piñuel J. L., 1997).

2.2.8 Formatos y rutinas tácticas para las relaciones de prensa

Entre los formatos utilizados, es preciso mencionar en primer lugar, los comunicados de prensa; en segundo lugar, el dossier de prensa; en tercer lugar, el artículo preredactado; en cuarto lugar, el publlirreportaje; en quinto lugar, el correo informativo o boletines; y en sexto lugar, el informe anual (Piñuel J. L., 1997).

Sin embargo, como se mencionó anteriormente, en la actualidad el desarrollo tecnológico que enfrentamos avanza cada vez de forma más rápida. Por eso en relación casi a 10 años de los postulados de Piñuel Raigada, se puede afirmar que tanto los medios como las organizaciones han adoptado otros formatos que permiten que información llegue más rápido a los destinatarios.

Actualmente las redes sociales son un fuerte en la difusión de información, tanto de las organizaciones como en los medios de comunicación. Si bien al comienzo de la investigación se pudo identificar que la Casa de la Cultura Ecuatoriana como institución no aprovechaba estos recursos para difundir sus eventos a la audiencia, los medios de comunicación, en cierta medida, si empleaban estos recursos para publicar sobre temas relacionados con la CCE. A pesar que este tipo de nuevos formatos ofrecen una información escueta y resumida, es en la prensa escrita en donde se debe abordar los temas de forma más profunda y profesional.

⇒ *El comunicado de prensa*

El comunicado de prensa es un texto de información conciso, que informa de una actualidad. Es un instrumento ideal para transmitir una información breve, puntual y rápida. Este formato es redactado especialmente para la prensa y está destinado a publicarse en el periódico al que se envía. Sin embargo, este material no goza ninguna garantía de publicación automática, pues debe presentar una información pertinente a fin de que el periodista se sienta incitado a trasmitirla a sus lectores. El comunicado se presenta como un texto corto por definición y por lo general su extensión es de una página. No presenta más que los hechos, sin comentarios. Es un instrumento poco costoso, sobrio y eficaz que proporciona una información fiable en un mínimo de espacio (Piñuel J. L., 1997).

⇒ **El dossier de prensa**

Es un fondo documental que contiene informaciones generales y detalles más matizados que el comunicado. Proporciona una documentación amplia que el periodista utiliza según su necesidad. Bien concebido, debería darle al periodista todos los elementos necesarios para la redacción de un artículo. Se envía a los periodistas como complemento de un comunicado de prensa. Originalmente, está concebido como un soporte de información, que facilita la comprensión de un mensaje; y también, se lo utiliza como refuerzo a los periodistas para que no tengan que tomar notas (Piñuel J. L., 1997).

Su extensión varía de unas cuantas páginas. No es absolutamente necesario hacerlo breve, como en el caso del comunicado de prensa. Se pueden proporcionar tantas afirmaciones como sean necesarias sobre un tema preciso; todo es posible tanto en el fondo como en la forma. Hay que informar pero también proporcionar diversos ángulos de aproximación a los periodistas. El tono mejor es frío e informativo. No se trata de hacer publicidad en favor de la empresa, sino de ofrecer temas y datos de información. Como para un comunicado de prensa, la expresión tiene que ser simple, el tono positivo, las frases cortas, el vocabulario muy rico y concreto (Piñuel J. L., 1997).

⇒ ***Boletines informativos***

El “boletín informativo”, sirve para mantener una relación de información continua con un cierto número de interlocutores de la prensa profesional. En general, los boletines son publicados por empresas de servicios o de grandes sociedades industriales y comerciales (Piñuel J. L., 1997).

Cuando se marcan los causes y la periodicidad, el emisor se compromete a producir el boletín con regularidad. El boletín debe ser lo más informativo posible: neutro, en torno a los hechos, no a declaraciones, profesional y fácil de leer. Se debe organizar un seguimiento en el mismo seno de la institución emisora, a fin de responder a las eventuales preguntas de los periodistas (Piñuel J. L., 1997).

Existen además más formatos como el artículo pre redactado, el publibreportaje, el informe anual y otros. Sin embargo, los formatos desarrollados anteriormente son los más comunes

y los que la Casa de la cultura Ecuatoriana y su departamento de comunicación utilizan para comunicar a la prensa de sus eventos culturales mensuales.

La Casa de la Cultura utiliza los boletines de prensa como canal de comunicación con la prensa escrita en el Ecuador. A diferencia de los otros formatos, los boletines de prensa que emite esta institución comunican a los principales diarios nacionales sus actividades culturales mensuales.

2.2.9 Métodos de evaluación y control de resultados

Las relaciones de prensa, como ya se ha visto, constituyen una estrategia cuyo objetivo es aprovechar la mediación de la prensa, para que la opinión pública adquiera una imagen favorable de la identidad de la propia empresa o institución y de su actividad social y económica. Por esto, el control de resultados tiene que venir necesariamente realizado a través del análisis de la información publicada (Piñuel J. L., 1997).

A continuación se detallarán los métodos rutinarios de seguimiento y análisis de resultados, siguiendo un orden de complejidad creciente.

⇒ Recortes de prensa

El servicio de prensa recoge todos los artículos de periódicos susceptibles de interesar a la institución, a la actualidad en el sector que a esta le pertenece, y los problemas sociales directa o indirectamente ligados a ella. Para reunir esta información el servicio de prensa está suscrito a los principales títulos que interesan a esta. El servicio de prensa es el que cada día lee los diarios y recorta los artículos que se quieren conservar (Piñuel J. L., 1997).

La utilidad de los recortes de prensa es doble: su archivado, sometido a una buena clasificación para facilitar el trabajo de *documentación*, y su uso para establecer el universo y las muestras en el análisis de contenido.

⇒ Press-book

Es un archivo íntegro que reúne, conserva y presenta e forma ordenada los recortes de prensa relativos a la empresa, accesibles al personal, directivo o no, ajeno al servicio de

prensa y, por consiguiente, no familiarizado con sus rutinas profesionales. Da prueba, además del trabajo del encargado de prensa y de sus resultados visibles; es un indicador de su eficacia (Piñuel J. L., 1997).

Cada recorte está fichado (en una hoja plastificada), fechado y referenciado. Para mejor legibilidad, se puede aumentar el tamaño por procedimiento de fotocopia ampliada. Las fichas se colocan en dos ejemplares y se clasifican en varios archivos: un archivo cronológico, otro temático y, eventualmente, uno clasificado por campañas de prensa. Las colecciones así constituidas pueden ser objeto de una difusión a los miembros de la dirección general a los servicios concernidos y eventualmente ponerse a la disposición de los empleados (Piñuel J. L., 1997).

De forma diaria, un encargado del departamento de Comunicación Social recorta todas las noticias relacionadas con la Casa de la Cultura y las almacenan en carpetas ordenadas por el nombre del diario al que pertenecen.

⇒ **Revista de prensa**

Se difunde en forma de un documento fotocopiado y grapado al final de la mañana si es diario o durante la jornada del lunes si es semanal. Cuanto más rápida es esa difusión, mayor es su eficacia. Este cometido, que moviliza diariamente una persona del servicio de prensa, no se justifica más que si la organización tiene una importante necesidad de comunicar información y/o maneja un fuerte volumen de informaciones que la concierne, en caso contrario, es preferible alquilar los servicios de sociedades externas, que proporcionan, de inmediato, una revista de prensa confeccionada según la periodicidad deseada (Piñuel J. L., 1997).

⇒ **Balance y análisis de contenidos**

Tras cada campaña, el encargado de prensa hace un balance primero “en caliente”, tratando de apreciar si la campaña ha cumplido sus objetivos inmediatos, si los formatos y rutinas utilizados eran adecuados, si el portavoz de la empresa ha logrado con éxito su presentación, entre otros. A partir de los recortes de prensa, hace un balance

cuantitativo y cualitativo de las repercusiones en la prensa como en los medios audiovisuales. (Piñuel J. L., 1997).

La teoría de Luis Piñuel Raigada sobre la comunicación externa de las empresas es importante para esta investigación pues permite conocer, en qué medida las acciones de comunicación externa de la Casa de la Cultura Ecuatoriana son efectivas para sus relaciones con la prensa escrita ecuatoriana. De forma particular con los diarios que se han escogido de muestra: *El Comercio* y *El Telégrafo*.

Todos estos métodos de medición de resultados mencionados por José Luis Piñuel son válidos para los objetivos de esta investigación; sin embargo, el tiempo en que nos encontramos exige también otras competencias, relacionadas principalmente con la tecnología. De esta manera se guarda un registro permanente en la nube, que de igual forma es asequible a toda la ciudadanía que tenga acceso a Internet.

En cuanto a las redes sociales, el texto *Millennials en Latinoamérica, una perspectiva desde Ecuador*, los datos que arrojan las investigaciones afirman que la red social más popular es Facebook, y apenas por debajo está Instagram, que en estos últimos años ha logrado un mejor posicionamiento en el país. Por esto resulta necesario que las empresas e instituciones se adapten al desarrollo tecnológico que vivimos y aprovechen estos recursos para promocionarse. (Gutiérrez-Rubí, 2016)

Con el uso de las nuevas tecnologías, la Casa de la Cultura podría apostar por un nuevo mecanismo de medición de resultados, sobre cómo los medios locales cubren los eventos pautados en su agenda cultural. Por ejemplo, con el uso que la red social Twitter que maneja esta institución facilita tanto al equipo encargado de este registro, como para la audiencia, para que pueda identificar en qué medida resulta “importante” la institución para los medios locales.

Ya que el objetivo principal de la investigación se centra en analizar el tipo de cobertura que los diarios nacionales, el Telégrafo y el Comercio realizan en su edición impresa, solamente se abordó a breves rasgos las redes sociales de la institución. Sin embargo, no se resta importancia al aporte que las nuevas tecnologías puedan dar a este proceso de análisis. De esta manera, tomando en cuenta la ventaja que pueden ofrecer las redes

sociales en la medición de resultados, es posible afirmar que se simplifican y efectivizan las tareas de la institución

Al ser esta institución el principal medio autónomo de representaciones culturales en el Ecuador debería contar con todas las herramientas para lograr óptimos resultados en la difusión de su agenda cultural mensual. Sin embargo tomando en cuentas las observaciones del autor José Luis Piñuel son pocos los elementos que el departamento de comunicación social toma en sus acciones de comunicación externa y relación con la prensa, de forma particular con la prensa escrita.

CAPÍTULO III

PERIODISMO CULTURAL

El tercer capítulo de esta investigación busca abordar de manera general conceptos básicos sobre el *periodismo cultural*, ya que el objeto de estudio es la sección cultural de los diarios *El Comercio* y *El Telégrafo*. Estos conceptos le van a permitir al investigador generar mayor competencia comunicativa para analizar las variables de las categorías propuestas en el análisis de contenido.

Rodríguez Pastoriza expone que en ejercicio del periodismo cultural, en los medios audiovisuales y escritos se debe distinguir el trabajo elaborado para una publicación especializada para una revista de información general de periodicidad fija, un suplemento cultural de un diario o a un programa cultural en el caso de la radio o televisión, donde no existe una periodicidad de cobertura por los medios escritos, como noticias secundarias en relación con la actualidad política, la economía, informaciones sobre conflictos bélicos o grandes catástrofes, y por lo tanto prescindibles si el espacio destinado a la información no resulta suficiente para mantenerlas en las páginas o en la pauta radial/televisiva (Rodríguez Pastoriza, 2006)

El concepto de actualidad en relación con muchas informaciones culturales es más flexible que el aplicado a la mayor parte de las noticias contenidas en un medio o programa informativo. La aparición de un nuevo libro, una exposición de arte o el estreno de una película o una obra de teatro tienen una vigencia, relacionada con el concepto de actualidad, mayor que las decisiones de un Consejo de Ministros, un atentado terrorista, el resultado de unas elecciones o los afectados de terremotos o inundaciones (Rodríguez Pastoriza, 2006).

Una gran parte de las noticias que configuran los contenidos de muchos periódicos e informativos de televisión pública o privada, serían perfectamente prescindibles a juicio del autor español: sucesos, prensa del corazón o la sobreabundancia de noticias deportivas. Desde el punto de vista de la calidad informativa, resultaría más adecuado sustituirlas por informaciones más próximas al concepto de servicio público, como son las culturales (Rodríguez Pastoriza, 2016).

3.1 ÁMBITOS Y CONTEXTOS DEL PERIODISMO CULTURAL

El periodismo cultural actúa dentro de un campo de producción simbólica que requiere un permanente ejercicio de orientación. La valoración adecuada de un producto artístico o cultural depende, en gran medida, de saber ubicar los ámbitos y los contextos donde se activan los hechos, los productos y los procesos culturales (Rodríguez Pastoriza, 2016).

A continuación se expone una organización esquemática de los ámbitos y contextos del periodismo cultural, que a consideración de Gustavo Abad, se ha ordenado de la siguiente manera:

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

3.2 ESTUDIOS SOBRE EL TEMA

En Ecuador, los estudios académicos sobre el sub campo del periodismo cultural son escasos. No obstante, en el año 2003 Silvia Rey realizó un trabajo, desde una perspectiva etnográfica titulado *La construcción de la noticia: construcción y piponazgo*, en el que la autora propone un análisis muy similar la investigación *El periodismo cultural en los medios ecuatorianos* realizado por un equipo de investigadores y coordinado por Fernando Checa Montufar. Ambos estudios se plantean develar los mecanismos que utilizan los periodistas y medios de comunicación para construir noticias que circulan diariamente.

Desde otras latitudes, el español Fernando Rodríguez Pastoriza en su libro *El periodismo cultural* muestra una panorámica, a manera de manual en el que se abordan los espacios de producción de acontecimientos culturales como lugares de creación y de producción de discursos, así como de fuentes de información. Se exponen también las disciplinas de las que normalmente se ocupa el periodismo cultural, los géneros periodísticos más usados en la producción noticiosa, y se muestra un acercamiento a su desarrollo en los diferentes medios de comunicación masiva (Rodríguez Pastoriza, 2006).

El libro *El periodismo cultural* de Jorge Rivera, ofrece un tratamiento teórico e histórico de esta línea del periodismo y, aparte de ser un manual de procedimientos importante, contiene la mirada de varios especialistas que ofrecen sus perspectivas, y en el cruce de testimonios se plantea un debate que abona al acotamiento de un concepto y de un abordaje teórico sobre el campo (Rivera, 1995).

Este análisis, en conjunto con los demás abordados por otros autores nacionales y extranjeros evidencian la importancia del estudio y análisis del tratamiento que los medios de comunicación en el Ecuador le dan a temas relacionados con la cultura. (Rivera, 1995)

3.3 EL PANORAMA LATINOAMERICANO

Con la aparición de varios periódicos entre los siglos XVII y XVIII, habría de consolidarse la prensa hispanoamericana. Entre esos títulos aparecen la Gaceta y el Mercurio de México, la Gaceta de Lima, el diario Erudito, Económico y Comercial del Perú, el Papel Periódico de Cuba y Primicias de la Cultura de Quito, asentados en su mayoría en la base iluminista del enriquecimiento a través del cultivo de “*las artes y las letras*”. En medio de los procesos independentistas y luego con las patrias conservadoras ya instaladas, aparecerán más publicaciones que darán cuenta de los conflictos de la época (Rosero S., 2012).

Todos estos periódicos, con modalidades propias, fueron delineando las matrices de la prensa latinoamericana, así como de muchos proyectos de periodismo cultural que se afirmaron en la región hacia finales del siglo XIX y principios del XX.

Para lo que ya en el primer tercio del siglo XX era considerado el fenómeno del periodismo cultural a nivel mundial la existencia de las llamadas “*revistas literarias*” plantea algunas

cuestiones teóricas y técnicas. Para muchos autores ya renombrados que participaban en estos medios, “*revista literaria*” es toda publicación de un grupo, conjunto o círculo de intelectuales que buscan a través de ella la difusión de su mensaje, libres de objetivos comerciales y al margen del presupuesto oficial (Rosero S., 2012).

En Ecuador, entre los años 1893 y 1930 se registra un grupo de importantes revistas literarias que reflejan la actividad del círculo literario modernista. En ellas aparecen contribuciones poéticas, pero también ensayos críticos de Arturo Borja, Ernesto Noboa Caamaño, Augusto Arias, Gonzalo Zaldumbide, Jorge Carrera Andrade y Francisco Guarderas. Algunas de las revistas de la época son *Letras*, *Apolo*, *Caricatura*, *Frivolidades* y *América*, cuyos contenidos muestran su aproximación a la lectura de revistas de otras latitudes y reflejan los cambios culturales de su época (Rosero S., 2012).

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

A lo largo de su práctica, el periodismo cultural se ha enfrentado a la disyuntiva de a qué aspectos de los reconocidos como culturales atender para ser asumido como tal.

Una revisión general histórica de sus orígenes lleva a relacionarlos con el abordaje, en ocasiones diferenciado y en otras intentando tender un puente, de dos grandes espacios de producción de sentidos como continentes, cada uno, de manifestaciones culturales y artísticas diferentes. Por un lado, el periodismo cultural se ajustó a una concepción ilustrada de las manifestaciones artísticas y culturales que restringía su labor al ámbito de las “*bellas letras*” y las “*bellas artes*”, con la intención de promover la hegemonía de un modelo de cultura especializada y erudita, que a la vez daba cuenta de las aspiraciones de poder de determinados grupos sociales (Rivera, 1995: 15).

Esta perspectiva, que se perfilaba desde particulares disciplinas y desde una postura ideológica exclusivista, se aplicó y se sigue aplicando para designar a un grupo de personas que se apropian del “*saber*” y el “*buen gusto*” y que, calificando positiva o negativamente, divide a los grupos en cultos e incultos menosprecia la capacidad de todos los sectores de “*hacer cultura*” (Rivera, 1995: 16).

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

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

Siendo que los productos culturales empezaron a aparecer y circular por acción de grupos dominantes, desde los inicios, el periodismo cultural ha establecido una relación estrecha con la publicación de obras literarias con el propósito de divulgar ideas y el pensamiento de un nuevo grupo de poder que emergió en un contexto sociopolítico determinado.

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

A partir de la expansión de las perspectivas de la antropología cultural, el periodismo cultural amplió su radio de enfoque hasta hacerlo más abarcador.

Esta concepción tendría su punto de partida en la vieja definición integradora que propuso E. B. Taylor en 1894, cuando hablaba de la cultura como conjunto complejo que incluye conocimiento, creencias, arte, moral, ley, costumbres y otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad (Rivera, 1995: 15).

En esta misma aproximación se basa Villa cuando, en su acercamiento teórico al periodismo cultural en su carácter amplio y abarcador, recoge la definición que hace de cultura el sociólogo mexicano Jorge González , quien concibe la cultura como un modo de organizar el movimiento constante de la vida concreta, mundana y cotidianamente, y ve a la cultura como el principio organizador de la experiencia mediante la cual ordenamos y estructuramos nuestro presente, a partir del sitio que ocupamos en las redes de las relaciones sociales.

Otra de las definiciones que se recogen sobre periodismo cultura es la que dice que se trata de la *“la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación”* (Tubau, 1982:35). No obstante, el periodismo cultural que acuñó esta forma de concebir la cultura, y que en su práctica amplió las temáticas de cobertura, fue criticado de inclinarse hacia la vulgarización –entendida como la divulgación de la misma e indiscriminada- de una cultura general en su sentido más difuso ya no por medios especializados sino por suplementos, revistas de divulgación o colecciones fasciculares. Se planteaba entonces que 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.

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

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

Lo que es artístico y lo que es popular no puede reducirse a su aspecto meramente estético y menos, en un contexto de eternos cruces, contemplarse en planos polarizados, sino que su

análisis, su evocación y su cobertura, deben ir tejiéndose dentro de una conjunción donde quepan la historia, la museografía, la crítica, así como deben ir definiéndose por la posición que planteen los actores culturales en su entorno, por el modo en que la antropología los aborda para la academia o el museo, y por la forma en que la comunicación los adopta para proyectarlos en los medios (Rivera, 1995).

El periodismo cultural 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).

A pesar de los consensos a los que han llegado algunos teóricos que han analizado el periodismo cultural, de los pocos estudios empíricos realizados sobre el trabajo del periodismo cultural, en el que se señala que aunque el tema de la cultura tiene cada vez más cabida, esa “expansión de la cultura no ocurre del mismo modo en las distintas secciones de los periódicos” debido a los “diversos modos de organizar lo local, lo nacional y lo global en distintos campos culturales”, y donde, por ejemplo, lo global queda adscrito a la sección de Espectáculos, y lo nacional y local a la titulada Cultura, dedicada en gran parte a los bienes culturales de la “alta cultura”. Pero, a pesar de los hallazgos importantes, lo que resulta especialmente inquietante es la utilización de las variables “alta cultura” y “cultura popular”

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

Cuadro No. 8 Creación Cultural . Fuente: El periodismo cultural. Rivera (Pág 80)

El cuadro anterior orienta a los periodistas para que puedan entender cómo el periodismo cultural aborda y procesa la información. En la práctica se hace una diferenciación entre contenidos correspondientes a lo que se asume como cultura culta y culturas populares, más allá de las definiciones que se haga desde la antropología.

En el cuadro se pueden diferenciar diversas manifestaciones de la cultura: plástica, escénica, musical y literaria que puede representarse como cultura culta, masiva o popular. En los medios se prioriza la cultura culta, que refleja de cierta forma también el público al que está enfocado el mismo.

En el caso de El Comercio su audiencia se centra en un estrato, medio y medio alto de la población a nivel nacional, por lo tanto, los contenidos que genera tratan sobre la cultura culta y masiva; dejando atrás las creaciones de cultura popular. En el caso de El Telégrafo, a pesar de ser un medio estatal, en donde se prioriza las diversas manifestaciones culturales del país, su cobertura es muy similar a la del diario El Comercio. En el tiempo de análisis de esta investigación ambos medios priorizaron la cultura oficial.

3.4 FACTORES DE INTERÉS Y CRITERIOS DE VALORACIÓN PARA LA ELABORACIÓN DE LA INFORMACIÓN CULTURAL

Los responsables de la información cultural acusan también la tendencia a sobrevalorar la información del mundo de la cultura frente a las de otras áreas. Para las personas lo importante es lo que les afecta, por lo que los medios están obligados a tratar sus contenidos de acuerdo con la importancia que les otorgan sus audiencias. Resulta difícil llegar a un acuerdo para decidir qué es importante (Rodríguez, 2006).

El autor español explica que los criterios utilizados para la valoración de las noticias responden a su importancia periodística, aunque esta se encuentra fuertemente mediatizada por el marco sociopolítico general en el que se desenvuelve el periodista, así como por sus rutinas profesionales. Lo noticiable es una categoría que se corresponde más con lo imprevisto, con lo que se sale del orden establecido, con lo extraordinario, así se construye la noticia.

Sin embargo, la información cultural tiene elementos que están al margen de las necesidades urgentes de los consumidores de información para situarse en el mundo de las gratificaciones, que si bien muchas veces no constituyen objetivos informativos fundamentales, sí cubren necesidades y aún conforman los valores en los que se mueve la sociedad. Con estas consideraciones, Francisco Rodríguez Pastoriza señala algunos factores que influyen en la consideración de noticiabilidad de un hecho informativo relacionado con la cultura:

- ***Interés informativo:*** Es el interés mayoritario de la audiencia, todo lo que le afecta o de lo que tiene mayor necesidad informativa. En el ámbito de la cultura, este interés se rige por el del servicio o de satisfacción que a la

audiencia le puede proporcionar el conocimiento de la información de un hecho cultural.

- **Actualidad/Reactualización:** Es la vigencia o presencialidad temporal que el hecho informativo cultural tiene en el momento de su emisión/recepción. La reactualización atrae a la actualidad hechos pasados como la celebración de aniversarios, centenarios, etc., cuestiones que tienen en la información cultural una presencia fundamental y han llegado a constituir el género de la *efemérides*.
- **Novedad o rareza:** Este criterio se basa en lo inusual o infrecuente. Las producciones que se apartan de los cánones ortodoxos y los personajes que llaman la atención por su aspecto físico o por sus costumbres son con frecuencia sujetos de atención informativa por encima de la importancia de sus obras. Y también cuando estas abordan temas poco frecuentes. También se pueden incluir en este apartado los ya señalados comportamientos heterodoxos, rebeldes, sorprendentes o inesperados de los protagonistas de la información cultural.
- **Utilidad:** el servicio público es una de las características más marcadas de la información cultural, sobre todo cuando se trata de orientar a los lectores acerca de las alternativas para el empleo y el enriquecimiento del tiempo libre. La información cultural se convierte entonces en información útil para la vida cotidiana de las personas. Es aquí donde la información cultural tiene una mayor presencia y justificación. Una gran parte de esta información de agenda tiene una cualidad indiscutible de servicio público.
- **Conflictividad:** El choque de intereses entre personas, instituciones o grupos sociales es una de las características fundamentales de una gran parte de la información que diariamente transmiten los medios. Casi la totalidad de las noticias contiene alguna dosis de conflictividad, que sitúa a las audiencias en alguno de los bandos de litigio. El léxico de los textos de las noticias está plagado de palabras como lucha, rebelión, denuncia, desacuerdo, sospecha, etc. La información cultural también tiene elementos de esta categoría, como reclamos sobre derechos de autor, valoraciones y/o autenticación de obras

culturales, polémicas literarias y artísticas, concesiones de premios, piratería de productos culturales, y sobre todo los diferentes criterios de la crítica ante una misma obra cultural.

- **Emotividad:** Es la influencia dramática de la información en la afectividad de la audiencia. En la información cultural, la utilización de fotografías en los medios impresos para reforzar los efectos estéticos o para dramatizar los contenidos informativos, facilita la provocación de emotividad en las audiencias. Por otra parte, la libertad de utilización de un lenguaje más creativo y literario en la información cultural supone mayor posibilidad de intensificar la emotividad.
- **Proximidad:** La relación de cercanía con los receptores de la noticia está también presente en la información de la cultura. Algunas informaciones sobre agenda de espectáculos o exposiciones en el extranjero no se publican en muchos periódicos porque se consideran inalcanzables para la audiencia media. El ámbito territorial al que llegan los diferentes medios condiciona por este motivo algunos de sus contenidos.
- **Familiaridad, prominencia, celebridad:** Relacionado con el epígrafe anterior, se trata ahora de la proximidad afectiva con personas, colectivos o instituciones. En la información cultural, esta imagen nos familiariza con mayor intensidad con obras, artistas y creadores que lleguen a ser muy conocidos gracias a un medio, hasta el punto de haber llegado a crear un *star system* que ha convertido a muchos creadores y protagonistas de la cultura en verdaderas figuras mediáticas. Se trata de la importancia social, política, cultural, etc., de las personas que protagonizan la información. Todos los medios de comunicación, ha aumentado la capacidad de sus audiencias para identificar a estos protagonistas.
- **Entretenimiento:** Se define como la captación de la atención por la curiosidad intrascendente. En la información cultural, la inclusión de géneros como espectáculos y variedades introduce en esta área el interés por este tipo de información.

- **Disponibilidad/Accesibilidad:** Tiene que ver con la capacidad de aproximación de los informadores a las fuentes, en la información cultural, con sus peculiaridades. En ocasiones, el ansia de notoriedad y el impacto mediático que proporcionan los medios hace que sea los propios protagonistas de las noticias o las industrias culturales que explotan sus obras quienes busquen a los periódicos, a veces sometiendo a sus autores a exhaustivas jornadas promocionales.
- **Duración y extensión:** La extensión y la situación en la página de la noticias en los medios impresos constituye un importante factor de valoración. En los medios impresos generalmente las noticias culturales tienen menos extensión en comparación con noticias de otras secciones a menos que la información sea muy destacada, como para figurar en las primeras páginas de un periódico.
- **Situación y orden de emisión:** La situación de la noticia en la portada o las páginas pares de un periódico es un índice determinante de la importancia que se le adjudica.
- **Enfoque:** Toda la información, también la cultural, puede tener varios puntos de enfoque de desarrollo de sus contenidos. De este enfoque depende muchas veces desde su interés y atractivo hasta la propia aceptación de la noticia. El complejo de que las noticias de cultura son poco aceptadas por la audiencia hace que con frecuencia busquen enfoques que finalmente distorsionan el contenido fundamental de las mismas. Así, el hecho de que un escritor, sea al mismo tiempo aficionado a la caza, hace que se destaque esta afición en el momento de presentar su nuevo libro, en menoscabo con el contenido o los valores de su obra.
- **Imagen:** En los medios impresos la utilización de fotografías para acompañar las noticias culturales eleva el rango de importancia que se les concede a estas. El carácter espectacular del medio determina la noticiabilidad de un hecho informativo solo cuando este posee un cierto impacto icónico. La importancia de un acontecimiento cultural se medirá por la existencia de imágenes. En este sentido, es frecuente que las industrias de la cultura fabriquen y distribuyan imágenes con las que han de ilustrarse las noticias culturales que quieren

promocionar. La utilización de estas imágenes homogeniza los mensajes informativos culturales y anula parcialmente la creatividad de los profesionales de la información periodística de la cultura.

- **Empresa:** Los intereses comerciales, económicos e ideológicos de la empresa informativa, influidos por la demanda de los lectores y la situación competitiva del mercado, es otro de los criterios que deben ser tenidos en cuenta por los medios a la hora de elaborar la información cultural. La competitividad entre las empresas, hace que se incluyan o excluyan noticias culturales que puedan favorecer a productos de la competencia o perjudicar a los propios, independientemente de su calidad o interés público.

Esta categorización también ayudará en la construcción de la matriz para recoger la información de interés para su investigación. Elementos como la utilidad, conflictividad, emotividad, proximidad, duración y extensión muestran la importancia y la profesionalidad con la que se debe tratar la información cultural, de la misma manera en la que se tratan otros temas de interés mediático. A partir de esta guía propuesta por el autor español se podrá comprobar en el análisis si El Comercio y El Telégrafo cumplen con estos apartados en la redacción de sus noticias con respecto a la Casa de la Cultura Ecuatoriana.

3.5 LA CONSTRUCCIÓN MEDIÁTICA DE REPRESENTACIONES SOBRE CULTURA

Como resultado del proceso de producción informativa, en el que intervienen los factores propios del periodismo que fueron apuntados anteriormente, y tras el despliegue de las disposiciones para la acción que guían las rutinas periodísticas en forma de un *habitus* particular del oficio, nos encontramos con resultados que son en esencia, un cuerpo de saberes cargados de sentidos y que comprende un determinado discurso comunicacional: la noticia cultural, que es eso pero que es también un cúmulo de representaciones acerca de lo que el periodismo entiende sobre cultura y que son diseminadas, precisamente, como noticias (Rosero S., 2012).

Como una definición básica de representación, Stuart Hall explica que se trata de una parte esencial del proceso mediante el cual se produce sentido y se lo intercambia entre los

miembros de una cultura, y que implica el uso del lenguaje, los signos y las imágenes que están *por* o representan cosas. Para este autor el sentido se construye por medio del lenguaje cuando este se encarga de *dar forma, ordenar y sintetizar* los conceptos sobre los cuales el ser humano es capaz de aprehender y compartir socialmente (Rosero S., 2012)

La representación es la producción de sentido a través del lenguaje, y que representar algo es describirlo o dibujarlo, llamarlo a la mente mediante una descripción, retrato o imaginación, y también simbolizar, estar por o provocar el efecto de sustituir, pero más aún cuando esto no implica conceptos individuales sino modos de organizar, clasificar, agrupar y arreglar conceptos para ordenar la dotación de sentidos a las cosas del mundo

Hall plantea que toda suerte de cosas, seres y acontecimientos se relacionan con una serie de *conceptos* que llevamos sobre ellos en nuestras cabezas y mediante los cuales les dotamos de sentidos como formas que representan al mundo (Rosero S., 2012)

El autor explica la posibilidad de representar o intercambiar sentidos y conceptos se da en tanto los individuos tienen acceso a un lenguaje compartido, siendo que es este el que posibilita la producción de representaciones y el intercambio de estas en un conglomerado social donde se compartan mapas conceptuales semejantes. (Rosero S., 2012)

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

3.5.1 Las representaciones de cultura en la prensa

En la práctica del periodismo cultural, el abordaje de la cultura como una concepción más ilustrada y otra más aglutinadora y diversa ha estado presente. En ese sentido, el análisis de contenido de las notas impresas consideró la identificación de 3 nociones de cultura: culta relacionada con las *“bellas artes”*, masiva relacionada con la intervención de lo tecnológico y popular, más cercana a la cotidianidad (Rosero S., 2012).

3.6 EL TELÉGRAFO Y EL TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LO CULTURAL

Las publicaciones analizadas reflejan que la sección cultura, etiquetada en su cabecera como tal, mantiene una y tres páginas diarias. En estas tres páginas se despliegan uno o varios segmentos dependiendo del día, que claramente se reconocen como parte de ella. Pero si a esta sección se le sumaría los segmentos que aparecen con otros membretes en su cabecera, a pesar de contener información similar a la que se publica en Cultura, la sección contendría hasta 5 páginas (Rosero S., 2012).

3.7 CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA CULTURAL (EL COMERCIO)

Las coberturas periodísticas de la sección de cultura en *El Comercio* tienen su base en las reuniones de planificación. Estas reuniones se realizan los días viernes, participan todos los miembros de la sección y sirven para plantear, discutir, negociar y llegar a consensos acerca de las propuestas y temas que se desarrollarán durante la semana siguiente (Rosero S., 2012).

Los reporteros deben presentar al menos una propuesta para cada día de la semana. Si no se presenta ese número de temas a la reunión de planificación es usual que en los días venideros propongan más. El editor, coeditor y coordinador escuchan las propuestas, objetan las imprecisiones que puedan surgir, sugieren aproximaciones, afinan ejes de cobertura y, en conjunto, con los redactores, tras un proceso de discusión y negociación que se constituye como un “primer filtro” (Rosero S., 2012).

Después, el editor de la sección se reúne con el resto de editores, esta reunión sirve para que cada editor presente ante el editor general, de información, de fotografía, diseño, infografía, de multimedia, los temas que se van a cubrir dentro de toda la semana en cada sección. En esta reunión se presenta los temas más importantes que ocuparán los espacios más grandes, los que demandan un mayor análisis y los que pueden ser objetos de seguimiento. De acuerdo con estas reuniones se asigna la distribución de notas y se afina el tratamiento fotográfico, infográfico y de diagramación (Rosero S., 2012).

El número de páginas que se otorga a la sección depende, por un lado, del espacio para publicidad de que haya vendido para cada día: mientras más publicidad se venda en cada

“cuadernillo” que conforma el periódico, más posibilidad existe de que se reduzca el espacio para las noticias (Rosero S., 2012).

En El Comercio, la sección *Tendencias* está junto con la de *Deportes*. Al ser esta última más *popular y comercial*, por referirse a temas de gran impacto en la opinión pública, gane espacio en el cuadernillo, dependiendo de las noticias coyunturales, en comparación con la sección tendencias. El segundo factor que incide en el número de páginas que se concede diariamente a la cultura tiene estrecha relación con el pulso del acontecer deportivo y la flexibilidad que existe para concederle más espacio a esta sección

En el caso de esta investigación la muestra se vio afectada por la cobertura del Mundial de fútbol Brasil 2014 en el mes de junio del 2014. En este periodo de tiempo se evidenció la prevalencia de noticias relacionadas con este acontecimiento deportivo; incluso en un día, todas las noticias de ese diario tenían relación con Brasil, incluso el apartado de cultura (literatura, pintura, etc.).

En lo que corresponde a publicidad, las secciones de tendencias y deportes de El Comercio son las que llevan la mayor carga publicitaria que el resto del diario, es característico encontrar en estas secciones publicidades que abarquen una hoja completa. Casi la totalidad de las publicidades de El Comercio participan grandes cadenas de empresas privadas, que ocupan un espacio amplio en las páginas del diario.

La sección de Cultura de *El Telégrafo* se encuentra en el segundo cuadernillo del diario. En esta parte se abordan temas misceláneos, pero no es el único apartado que aborda temas inherentes a la cultura. Una vez a la semana, El Telégrafo publica la revista *Cartón Piedra* que se enfoca en la Literatura; y también, la Revista *Telemix* que de la misma manera que la sección Cultura aborda temas misceláneos y de entretenimiento. Al ser un medio público, este diario da prioridad a la gestión gubernamental. Y también prioriza la información de la ciudad de Guayaquil en relación con Quito.

En lo que corresponde a publicidad, El Telégrafo pauta publicaciones correspondientes a entidades del Estado, por ejemplo El Seguro Social (IESS), y también publicidad de otros medios estatales como Gama Tv, Ec Tv y Tc Televisión, de manera especial en el mes de junio a propósito del mundial de fútbol.

La publicidad que genera este medio impreso es considerablemente baja en relación al El Comercio, ya que al ser un medio privado, se mantiene con la pauta publicitaria de varias marcas y empresas en sus páginas.

Una vez definido el número de páginas que habrá para cada sección, los editores se dirigen donde el Jefe de diseño, para que realice un primera diagramación donde se incluyen los espacios para los elementos gráficos y textuales que serán llenados por las noticias previamente presentadas y aprobadas. Las noticias son escogidas de acuerdo con la coyuntura del momento y con el “impacto y calidad que tengan las fotos que las van a acompañar”. En este punto se da un tercer filtro de edición donde, a pesar de que las noticias y sus complementos gráficos se hayan aprobado previamente pueden resultar desaprobadas por alguna consideración de último momento (Rosero S., 2012).

La línea editorial tiene algunas entradas a través de las cuales se las puede analizar en el marco de la reunión de planificación. Se trata de una valoración del criterio de *coyuntura*, relevancia y posible impacto desde el tema o el acontecimiento propuesto, es decir, la que la reconoce como “tendencia” que se cierra en su “*regularidad numérica*”, en su periodicidad constante, dejando al elemento sin ser “absorbido por la historia” es decir, enfocada en la dimensión inmediateista de los acontecimientos (Zemelman, 1992; 149).

La coyuntura constituye un criterio que, a la vez posibilita y dispara la existencia y disposición de otros, los abarca como guía. Estos otros criterios, que son siempre de revisión y negociación en las reuniones de planificación son la disponibilidad y la diversidad de fuentes; la determinación del género periodístico más apropiado para desarrollar el tema propuesto; la búsqueda de un contexto con el cual relacionar los acontecimientos, para que las noticias resultantes no terminen siendo puramente anecdóticas (Zemelman, 1992; 150).

Estos criterios son analizados de uno en uno en relación con el tema presupuestado, y cuando el equipo concuerda en que estos tienen suficiente potencial para ser desarrollados, que resultan interesantes, relevantes y factibles de abordar. Además de estos temas, existen otros criterios que durante las reuniones de planificación no son puestos a discusión.

3.8 PERFIL DE LECTOR

El Comercio está dirigido a un segmento de lectores socioeconómico medio-alto, para el que el tratamiento de la información cultural tiene la forma, por un lado, de una sección clasificada por disciplinas artísticas para cada día de la semana, siendo estas mayormente referentes a lo asumidos como cultura de élite, y, por otro lado la de una agenda actualizada que reúne toda la oferta cultural del escenario local. El espacio más amplio de cada día aborda una de las actividades artísticas de la “cultura culta” y el resto de la diagramación es ocupado por notas que se restringen para el tipo de público descrito (Rosero S., 2012).

El periódico está dirigido a una clase media alta educada, que demanda saber sobre ciertos acontecimientos culturales, y por eso, no se abordan temas de la cultura popular, como la tecnocumbia. A pesar de que hay bastante diversidad, se tiende a demostrar determinados contenidos especializados, en especial en literatura. En artes escénicas no se integra lo más nuevo, como el break dance (Rosero S., 2012).

3.9 LÍNEA EDITORIAL

La valoración estética constituye un eje en el que se basa la línea editorial, también se concibe una relación a esos dos campos separados: el de lo estético y el de lo vulgar o popular, pero manteniendo una concepción diferenciadora, que en la actualidad ha caído en desuso y que se contrapone a la tendencia de cobertura aglutinadora del periodismo cultural actual (Rosero S., 2012).

A través de esta valoración se mite también a la legitimidad, prestigio y reconocimiento que en el campo de las artes (legitimadas) puede haber alcanzado determinado artista, gestor o creador, y por lo tanto, a la consecuente relevancia como “material” de generación noticiosa (la cobertura mayoritaria de acontecimientos relacionados con actividades artísticas de élite). (Rosero S., 2012)

La propuesta de este medio es plantear una línea que aborde la cultura desde una perspectiva más amplia, que no solo se limite a lo que ocurre en las plazas, teatros y escenarios sino explorar fenómenos, personajes; abrirle de nuevo a las puertas a la cultura

popular y no dejarla solo como anécdotas folclóricas, sino analizarla más profundamente. Apuesta mucho por la reportería para crear debate y discusión (Rosero S., 2012).

La posibilidad de salir de ese círculo restrictivo radica en la “venta” de temas nuevos, alternativos y competidores en espacio y en consecución de visibilización de otras realidades culturales que puedan hacer los reporteros, y en la aceptación que los editores tengan de estas. Sin embargo, esta posibilidad se limita cuando el reportero no alcanza a reconocer o no se interesa por descubrir esos espacios (temas) poco visibilizados de producción y circulación en materia cultural, o no los proponen porque en el *habitus* de sus rutinas se activan los límites de la censura y autocensura, encarnados por acción de una política jerárquica que ha establecido ciertos linderos (Rosero S., 2012).

A su vez, la limitación para obrar en torno con una noción amplia de la cultura se expresa como posible cuando, además de los reporteros, los mismos editores no están suficientemente inmersos en el ambiente cultural y tampoco alcanzan a reconocer que determinados acontecimientos conllevan el peso suficiente, a pesar de no ser reconocidos como legitimados según los parámetros que maneja el periódico, como para significar material de destaque informativo (Rosero S., 2012).

La posibilidad de coberturas en espacios distintos de los legitimados, y de que como eje de una línea editorial clara se busque una verdadera pluralización de temas y por lo tanto una generación de representaciones menos rígidas sobre cultura, radicaría en que las cabezas de la sección también ejercieran acciones efectivas para ello.

Los autores reflexionan sobre si los medios de información tienen algo que ver en que lo legitimado llegue a constituirse y a percibirse como tal. La idea de legitimidad venida del espacio de producción artístico-cultural se produce a través de los medios de información que recogen esas “verdades” legitimadas y, además de visibilizarlas, las refuerzan como reafirmaciones de una determinada idea de lo que es la cultura y arte (Rosero S., 2012).

Los medios cooperan para que la percepción de legitimidad se construya, se disperse y se asuma como tal, y una vez que eso ocurre la reproducen, porque esa idea que ellos ayudaron a construir, y que se rige como tal en el entramado social, es lo que ellos mismos entienden como noción de legitimidad (Rosero S., 2012)

3.10 COYUNTURA

En la sala de redacción se reconoce que, tal como en las secciones “duras” o *hard news* del periódico y sus respectivos ámbitos de generación noticiosa, es decir los de la Política, Economía, Seguridad, Judicial, Editorial, en el de la Cultura también se dan coyunturas que permiten generar información cotidiana para mantener alimentada y actualizada a la sección (Rosero S., 2012).

En el caso de esta investigación, existe un cierto grado de coyuntura con respecto a las diferencias entre el presidente de la Casa de la Cultura y la mayoría de los diferentes ministros de Cultura en el lapso de estos 9 años de Revolución Ciudadana. De manera especial con la promulgación de la Ley Orgánica de Cultura en el que se vería comprometida la autonomía de la Casa de la Cultura Ecuatoriana. Esta situación ha generado cierta polémica y repercusión en las noticias sobre esta institución. Sin embargo, nada tienen que ver con la agenda de actividades, sino más bien, muestra tintes de interés político.

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

En el proceso de producción informativa, la reportería juega un papel trascendental para delinear argumentación, el enfoque y los distintos sustentos que se les da a las noticias. Esta acción condensa y despliega, a manera de núcleo detonador, todas las disposiciones para la acción que se encarnan en el habitus del periodista y le conducen a cumplir con un determinado proceso de producción informativa (Rosero S., 2012).

3.11 FUENTES, REPORTERÍA Y PAUTA DE CONTENIDOS

Las propuestas que se presentan en las reuniones de planificación ya incluyen al menos un esbozo acerca de las fuentes de las cuales el periodista se valdrá para desarrollar sus noticias, de modo que la reportería empieza a desarrollarse incluso antes de que los periodistas salgan al campo para levantar información o acudan a otras fuentes, como Internet para continuarlas (Rosero S., 2012).

Generalmente para la sección Cultura los periodistas se alimentan de dos recursos: boletines de prensa provenientes de agentes e instituciones culturales (públicas o privadas) y el que se crea a partir de la inmersión del periodista en la escena artística (local e internacional), que maneja y gestiona su producción fuera de los espacios institucionales, lo cual le significa la potencial creación de lo que se conoce como agenda propia.

3.11.1 Las fuentes institucionales

La relación de los periodistas con fuentes institucionales no se refiere exclusivamente a la que involucra un vínculo unidireccional de emisión desde estas hacia ellos, sino, en general, al contacto establecido y permanente que estos sostienen con ellas en una relación mutua, es decir, la que se da ya sea cuando las fuentes emiten comunicados o cuando los periodistas acuden a las fuentes, más comúnmente por medio de llamadas telefónicas (Rubiano, 2006).

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

Es pertinente conocer el peso de las fuentes institucionales, ya que, en primer lugar, son de fácil acceso porque tienen gabinetes de comunicación que proveen a los periodistas de información autorizada y, en segundo lugar, están legitimadas como fuentes se consulta obligatoria de acuerdo con las normas de trabajo del periodista .

El periodista, al escoger sus fuentes o adoptar cierta información que le llega y desestimar otra; al entablar sus relaciones, reforzarlas en el tiempo y reincidir en su consulta, inicia una cadena de construcción de representaciones sobre un determinado discurso que en el transcurso de su procesamiento va alimentándose tanto de los sentidos que quiere imprimirle a la fuente como de los que el periodista le otorga cuando la convierte en noticia (Mc Quail y Windahl, 1984).

3.11.2 Agenda Propia

Luchas o tensiones por proponer temas y publicar noticias se expresan, en menor y mayor grado, desde en las reuniones de planificación y hasta en las disputas de tinte ideológico del proceso de producción informativa. Un momento en el que estas luchas se despliegan es cuando los reporteros arman y proponen lo que viene a ser el segundo ámbito de generación de información: la llamada agenda propia, esa que el reportero logra como fruto de su circulación por las escenas de producción y difusión cultural, para rescatar fuentes distintas de las institucionales (Rodríguez Pastoriza, 2006).

La posibilidad de armar y reforzar una agenda propia de contenidos por fuera de las convocatorias institucionales se basa en la afinación que le den a su “olfato”, y en el interés que pongan en observar lo menos visible de acontecer cultural, para a ello extraerle e potencial informativo y noticiable, lo cual a la vez se determina por la acumulación de los capitales que ellos manejen y que quieran potenciar. (Rodríguez Pastoriza, 2006)

3.11.3 Fuentes del Periodismo cultural

Las fuentes de la información cultural están en la actualidad muy mediatizadas por dos grandes productores: las industrias culturales y las instituciones culturales públicas y privadas. Las primeras (casas discográficas, grandes editoriales, productoras de cine, galerías de arte...) se han constituido en fuentes prioritarias para la información de la cultura, en un ámbito que vive fundamentalmente de las previsiones informativas a plazo fijo. Junto a estas industrias, las instituciones públicas (ministerios, museos, centros de arte de cultura oficiales, ediciones y celebraciones institucionales...) y privadas (fundaciones, salas de exposiciones...) se han constituido en fuentes importantes informativas del periodismo cultural (Rodríguez Pastoriza, 2006)

Esta modalidad de fuente proporciona de este modo a los medios, un abultado calendario de previsiones a corto y medio plazo. Se sabe cada vez con mayor anticipación cuándo se van a celebrar los grandes eventos culturales como festivales de cine, campañas de lanzamiento de diversos productos culturales o ceremonias de entrega de grandes premios, o las fechas de celebración de acontecimientos periódicos, pero también se conocen cada vez con mayor anticipación fechas de estrenos de películas y obras de teatro, las de la inauguración de exposiciones, de edición de libros, con la cualidad añadida de que, desde que se anuncian hasta que se producen, los medios y los profesionales son sometidos a una permanente e insistente campaña de promoción en varias fases:

Al tratarse de una industria cultural en la que muchos autores son los primeros interesados en promocionar sus productos, la disposición de estos a ser entrevistados por los medios de comunicación es permanente mientras dura la campaña de promoción y aún mucho más allá (en ocasiones incluso es una cláusula que imponen las industrias culturales a los autores en sus contratos de publicación o edición de sus obras) (Rodríguez Pastoriza, 2006)

Para tener una idea más aproximada de la utilización de las diferentes fuentes informativas por los profesionales del periodismo cultural, hay algunas de utilización más frecuente.

En cuanto a las fuentes de la información cultural, Francisco Rodríguez Pastoriza muestra una clasificación atendiendo a aquellas fuentes que son útiles para los medios de comunicación. Se trata de materiales que pueden ser utilizados indistintamente por la prensa escrita, la radio y la televisión, independientemente de su origen y contenidos:

- ***Fuentes literarias de producción propia:*** Son textos elaborados por los redactores de los espacios culturales o del área de la cultura de los servicios informativos de cada medio a partir de informaciones propias gestionadas por los mismos periodistas. Estos redactores escriben los textos de sus noticias partiendo de informaciones inéditas captadas por sus propios medios.
- ***Fuentes literarias de producción ajena:*** Proceden frecuentemente de agencias de noticias nacionales e internacionales. También de los dossieres que elaboran las instituciones y las empresas que promueven algunas informaciones culturales. El volumen de este material depende del número de agencias a la que está suscrita la

empresa informativa. Proporcionan materia prima que posteriormente el medio selecciona y reelabora y sobre la que ejerce una labor de jerarquización. Los medios modestos dependen en un 75% de la información que publican.

- **Los corresponsables:** Constituyen una de las fuentes más enriquecedoras para cualquier medio de comunicación. Son periodistas pertenecientes a la empresa informativa para la que trabajan y residen en localidades distintas del mismo país en el que el medio en cuestión tiene su sede social, o en el país o la zona de cobertura en la que produce una noticia cultural.
- **Los colaboradores:** Son una fuente informativa de gran utilidad para una información periodística especializada como la cultural. Se trata de periodistas sin vínculo laboral con la empresa, que suelen ser contratados para cubrir determinadas informaciones. Es frecuente también la presencia de escritores, artistas, cineastas, etc., para solicitar sus comentarios o sus puntos de vista sobre los contenidos que se producen en sus respectivos campos, pero también para que elaboren textos precisos sobre esos acontecimientos.
- **Expertos:** Conocedores a fondo del tema en cuestión, requeridos para ampliar o contextualizar una información. En el área de la cultura los expertos suelen ser críticos en las diferentes modalidades.
- **Free lancers:** Se transforman con frecuencia en fuentes informativas de gran valor. Son periodistas independientes que se contratan para labores muy concretas o que venden productos informativos culturales (sobre todo imágenes), en bruto o elaborados, a las empresas informativas. Sus materiales suelen ser valiosos al ser exclusivos para el medio que los va a emitir y que con frecuencia ese medio comercializa posteriormente.
- **Instituciones:** Se han convertido en una de las más importantes fuentes de la información cultural. Tanto las instituciones públicas como las privadas (entre las públicas, fundamentalmente el Ministerio de Cultura) y las empresas y organizaciones culturales de todo tipo cuentan con sus propios gabinetes de prensa para informar a los medios sobre sus actividades y proyectos, lo que da como resultado la presentación de maneras “preferidas” de ver la actividad cultural. Estas fuentes deben ser analizadas cautelosamente puesto que los intereses de las

industrias culturales y de las instituciones no siempre coinciden con los intereses informativos y de servicio público.

- **Boletines confidenciales:** Fueron publicaciones de circulación reducida, dirigidas a empresarios y líderes de opinión, con información confidenciales y *off the record* procedente de fuentes directas o bien informadas. En la actualidad han sido sustituidas por las diferentes publicaciones digitales que se distribuyen por Internet, de dudosa credibilidad y rigor.
- **Internet:** En los últimos años se ha convertido en una de las grandes fuentes de información para todos los medios, afirmando la tendencia del periodismo actual a que la fuente se distancie, desplazándose hacia centros no físicos, sino electrónicos. La multiplicación de las páginas web y la capacidad ilimitada de este medio lo han convertido en uno de los más utilizados en todas las áreas informativas en una herramienta básica en la información cultural.
- **Teléfono:** Se ha convertido en una de las fuentes más frecuentes de la comunicación informativa moderna, por su fácil acceso y capilaridad prácticamente mundial, donde algunas entrevistas se realizan a través de este medio. Para los periodistas el teléfono es una herramienta fundamental, sobre todo desde la aparición de la telefonía móvil.

3.12 LOS GÉNEROS DE LA INFORMACIÓN CULTURAL

En periodismo, los géneros informativos se definen como un conjunto de procedimientos combinados productores de texto conforme a unas estructuras convencionales previamente establecidos y desarrolladas durante un tiempo. Raramente se encuentran en estado puro, sino que se configuran entremezclando características de todos ellos, en ocasiones en sorprendente simbiosis. Se encuentran con frecuencia noticias *editorializantes*, entrevistas *reportajeadas*, crónicas- informe, etc. (Rodríguez Pastoriza, 2006)

3.12.1 La noticia cultural

El concepto originario de noticia está, como se puede apreciar, muy unido al de cultura en su acepción más amplia. La noticia es una realidad histórica, fruto de una herencia acumulada, pero al mismo tiempo cambiante, sujeta a la dinámica y a la evolución de las

estructuras de cada sociedad. La interacción social y la situación histórica influyen en una determinada concepción de lo que se considera que es una noticia. (Rodríguez Pastoriza, 2006)

- **El Comercio (Ec):** Las noticias culturales y de espectáculos en diario El Comercio, de circulación matutina, se encuentran en la sección *Tendencias*. En los días ordinarios, la sección cultural puede variar de 2 a 3 páginas, dependiendo de la publicidad; su objetivo es sintetizar temas más allá del arte en una sola página.

Diario *El Comercio* fue propiedad del grupo Mantilla, que también era dueño de otros productos relacionados con la prensa y la radio en el Ecuador. En enero del año 2015, el 94 por ciento de las acciones se vendieron a Teglovisión S. A., perteneciente al empresario mexicano-guatemalteco Remigio Ángel González, dueño además de 40 canales de televisión a lo largo de doce países de América Latina. El 1 de enero de 1906, el diario capitalino empezó a circular.

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

Este diario, de circulación matutina, fue fundado en Guayaquil en 1883 y es propiedad estatal desde 2007, por una incautación de la AGD (Agencia de Garantía de Depósitos). Antes de ese año, fue propiedad del ex banquero Fernando Aspiazú Seminario.

Elaboración de la noticia cultural

Los criterios que se utilizan para valorar las noticias responden a la importancia que les otorgan sus lectores y sus audiencias, que consideran como prioritario aquello que les afecta o les puede afectar. Los criterios utilizados por periodistas para valorar las noticias responden a múltiples consideraciones, que tienen como eje central la actualidad, el interés, y la verdad (nuevo, interesante y cierto). Pero la importancia periodística se encuentra fuertemente mediatizada por el marco sociopolítico en el que se desenvuelven los profesionales de la información. La información cultural exige reforzar los criterios clásicos

utilizados para seleccionar las noticias, además de tener en cuenta las posibilidades de creatividad en la utilización de una narrativa diferente (Rodríguez Pastoriza, 2006).

3.12.2 La crónica cultural

La crónica relata lo acontecido desde el mismo lugar de la noticia o desde un lugar próximo relacionado con ella, por un informador que ha vivido esos hechos como testigo y que conoce por tanto las circunstancias que los rodean. Esta situación testimonial le proporciona una autoridad que le permite introducir una cierta valoración personal en aquello que cuenta. Es una información interpretativa de un hecho informativo, en la que se narra y a la vez se juzga lo narrado. Aunque la carga subjetiva de la crónica ha de ser siempre secundaria, la libertad de interpretación del periodista le confiere unas características formales de estilo literario, vocabulario y flexibilidad que no tiene la noticia, así como la inclusión de detalles menores o anecdóticos. En la información cultural de la crítica o de la reseña que de la noticia (Rodríguez Pastoriza, 2006).

3.12.3 El reportaje cultural

De todos los géneros informativos, el reportaje es el más creativo y el que representa mayores posibilidades de expresión a los profesionales del periodismo, y sobre todo a los que informan acerca de los temas de cultura. Este es un género más flexible que la noticia y la crónica, al no tener que atenderse ninguna normativa rígida en cuanto a su estructura y su lenguaje, que es rico en denotaciones, evocaciones y símbolos (Rodríguez Pastoriza, 2006)

Las técnicas del reportaje son más variadas al poder narrar hechos paralelos o historias adyacentes que proporcionan una mayor comprensión de los hechos y una mejor perspectiva sobre sus causas y consecuencias, técnicas que se pueden desarrollar a través de deformaciones temporales narrativas como la yuxtaposición de historias por encadenamiento, la inclusión de una historia dentro de otra, la alternancia de historias que se interrumpen entre sí o cualquier otra fórmula que el autor decida (Rodríguez Pastoriza, 2006).

3.12.4 La entrevista cultural

La entrevista es una conversación para conseguir información. Se trata de un diálogo entre un periodista y un personaje con objeto de conocer sobre un hecho o la personalidad del entrevistado. A través de este género periodístico se presenta a un personaje a la consideración del público. (Rodríguez Pastoriza, 2006)

La entrevista para los medios de comunicación escritos suele tener una mayor efectividad en la transmisión de los mensajes de los protagonistas por la posibilidad del periodista de introducir acotaciones explicativas y contextualizadoras de este mensaje. Además, otorga al entrevistador la posibilidad de eliminar aquellos aspectos que no considere interesantes y a unificar en una misma respuesta declaraciones sobre un mismo tema, que se encuentran dispersas a lo largo de la conversación (Rodríguez Pastoriza, 2006).

3.13 Nuevas preocupaciones del periodismo cultural

El ámbito tradicional del periodismo cultural, al menos en el contexto ecuatoriano, ha sido el de las expresiones artístico-culturales, como las artes escénicas, la plástica, la música, las letras y otras, con alguna esporádica incursión en otras áreas como la cultura popular, la memoria, el patrimonio, la diversidad cultural. Esto significa que la mirada está puesta más en los productos culturales que en los procesos (Abad, 2012)

El periodismo cultural ha seguido la premisa de ser mediador entre la trilogía formada por las instituciones, los artistas y el público. Ahora, la multiplicidad de voces que irrumpen con la ayuda de nuevas tecnologías ayuda a modificar esa premisa y aprender a mediar también entre públicos, es decir, entre el público como público de sí mismo. En otras palabras, el espacio virtual ha potenciado como nunca antes las posibilidades de que cada individuo se construya en una fuente de discursos artísticos y culturales, ya sea como creador o crítico, como consumidor o promotor, como ejecutante o espectador (Gustavo Abad, 2012)

3.14 Cibercultura y conductas tecnoculturales

La *cibercultura* se concibe, según Pierre Levy como un movimiento social y cultural generado en el ciberespacio. Es universo heterogéneo cada vez más desprovisto de mediación, en el que al parecer, no existe una lógica de clasificación racional de sus contenidos y, mientras más abierto es el ciberespacio, menos totalidad abarca (Abad, 2012)

La *cibercultura* es la dimensión de la cultura basada en el aspecto técnico-instrumental (redes de ordenadores, programas, dispositivos, aplicaciones) que permiten la interacción social y producen conductas *tecnosociales* o *tecnoculturales*, en las que la gente que no se conoce, se comunica, se junta e interactúa gracias al alcance de la tecnología. Entre los rasgos dominantes que presenta este fenómeno están el estado de atención dispersa y fragmentada, así como la ligereza en el acto de nombrar. Las cosas adquieren nombre sin mayor sustento en la historia y esos nombres funcionan cada vez más como etiquetas percibibles (Abad, 2012)

De acuerdo con Gustavo Abad cierto tipo de periodismo *on line* puede convertirse también en una conducta *tecnocultural* cuando la tecnología hace perder de vista la función mediadora del periodismo.

A continuación se muestran algunas conductas *tecnoculturales*:

- ***Apropiamiento de productos culturales:*** descargar música de la web; aplicaciones del software libre, emisiones *on line* de música y otros productos culturales; hacer las tareas escolares con la ayuda de Internet en lugar de libros.
- ***Creación de comunidades virtuales para el debate y la intervención en el campo político-cultural;*** iniciar cadenas de mensajes vía correo electrónico, texto por celular y otros recursos
- ***Desarrollo intuitivo de lenguajes artísticos y comunicacionales:*** personas que producen música electrónica sin conocimientos de teoría musical; personas que crean radios o canales en internet sin criterios periodísticos; artistas visuales que fabrican imágenes sin conocimientos básicos de composición.

CAPITULO IV

ANÁLISIS Y RESULTADO DEL ESTUDIO

4.1 OBJETO DE ESTUDIO

Después de haber consultado la teoría en los tres diferentes aspectos que aborda esta investigación: análisis de contenido, comunicación externa/relaciones con la prensa y periodismo cultural se dio paso al análisis en sí del producto comunicativo, que en este caso es la muestra tomada de “*El Comercio*” y “*El Telegrafo*” en los periodos de junio y agosto del año 2014. El presente estudio busca identificar qué tipo de cobertura dan estos dos diarios nacionales a la agenda cultural de la CCE.

Este análisis es interpretativo ya que las muestras se obtuvieron de piezas periodísticas de estos diarios. Aplicando el método cualitativo y cuantitativo de investigación del objeto de estudio, la investigación condujo a un posterior y más profundo análisis de las diferentes categorías que componen la matriz de datos. De esta manera fue posible identificar el tipo de cobertura que cada periódico ofrece a los eventos de la CCE.

Este estudio servirá también para vislumbrar de forma muy amplia la situación general del periodismo cultural en el Ecuador, tomando como referencia el espacio –páginas- que cada diario nacional destina a la sección de cultura. Sobre todo, en relación con un fenómeno particular, que fue el Mundial de fútbol Brasil 2014, en el mes de junio de ese año.

El primer paso para realizar el análisis fue definir el corpus de noticias que comprendían la muestra deseada. Se tomó como periodo temporal los meses de junio y agosto de año 2014. Se tomó principalmente de referencia el mes de agosto, puesto se cumplió el 70 aniversario de fundación de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, por lo cual existía una gran posibilidad de encontrar más noticias que hagan referencia a la CCE. Para no sesgar la investigación, se tomó como muestra el mes de junio del 2014, es decir dos meses antes del aniversario de la institución.

Durante ese periodo de tiempo junio del 2014 y agosto del 2014 se registraron 45 piezas periodísticas correspondientes el diario *El Telegrafo* -14 en junio- y -31 en agosto-. Mientras que en *El Comercio* se registraron 44 piezas periodísticas -15 en junio- y 28 en

agosto. En total se tomaron 89 insumos entre ambos diarios nacionales para componer el continente de muestra.

De esta manera fue posible realizar un análisis más completo y se pudo establecer comparaciones más acertadas entre *El Comercio* y *El Telegrafo*, tomando en cuenta los dos meses de muestra. Se procedió a tomar para la muestra únicamente las notas que aparecen en la sección cultural de cada medio, de tal manera que se facilitaría identificar, a la vez, el espacio que los dos diarios destinan a los de temas culturales y artísticos, totalmente aislados de otros temas como tendencias, farándula o variedades.

4.2 METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

La Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión es un espacio multiplicador del pensamiento nacional desde hace setenta años. Esta institución promueve el talento en todas las manifestaciones artísticas y culturales, por medio de eventos culturales. Esta institución presenta mensualmente una agenda cultural con las actividades que realiza, en su mayoría son gratuitas. Particularmente la prensa escrita destina un espacio para la difusión de estos eventos. Sin embargo, el espacio resulta deficiente en consideración a la sección cultural de los diarios y al espacio informativo de los mismos. Por esta razón, esta investigación estará orientada a identificar las causas de la deficiencia en la cobertura que brindan los medios *El Comercio* y *El Telégrafo*.

Al principio de esta investigación, se plateó, como objetivo general, determinar en qué medida los medios nacionales, de forma particular, la prensa escrita, con ejemplo de los diarios *El Comercio* y *El Telégrafo*, realizan la cobertura de la agenda cultural de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión en sus respectivas secciones culturales de su edición impresa.

Conforme el análisis fue tomando cuerpo, se derivaron otros objetivos relacionados con el objetivo general: reconocer cómo se concibe el periodismo cultural en los medios de comunicación impresos; identificar como influye la comunicación externa de una institución en el papel que los medios brindan para una cobertura; conocer sobre el periodismo cultural y sus prácticas; medir la gestión de comunicación de la CCE y analizar

la pertinencia y calidad de las noticias de los diarios El Comercio y El Telégrafo que se relacionan con la Casa de la Cultura.

La presente investigación busca identificar el grado de cobertura que los dos periódicos ofrecen para la difusión de las actividades de la CCE. Para el análisis de la muestra, se tomará en cuenta los diferentes conceptos teóricos citados en el capítulo anterior; y a partir del mismo, se determinaron las categorías que fueron analizadas en la matriz de datos.

Además de la teoría de *análisis de contenido* de Luis Piñuel, que es el eje medular de esta investigación, otras teorías aplicadas como la *teoría de comunicación y gestión de las organizaciones* se emplearon para obtener resultados acerca de las relaciones institución (CCE)/ medios de comunicación (prensa escrita). Finalmente, con los conceptos teóricos obtenidos sobre el *periodismo cultural*, se podrá tener un panorama sobre cómo la prensa escrita aborda el tema cultural en la producción de sus productos comunicativos.

4.3 ANÁLISIS DE RESULTADOS

- **Características Taxonómicas:** Estas características se refieren a los diferentes elementos que ordenarán y simplificarán la categorización de variables. Estos elementos son: *El número de pieza periodística y la fecha de publicación en el diario.*
- **Tamaño:** Esta variable se emplea para medir en centímetros sobre columna el espacio físico que el diario otorga a la publicación de notas sobre la agenda cultural de la Casa de la Cultura. De esta manera será posible conocer el tratamiento que ambos periódicos dan a los temas que hacen referencia a la programación mensual de la CCE.
- **Jerarquía:** Esta categoría está relacionada con la representatividad de la pieza periodística de cada página en la sección cultural de ambos medios. Para medir esta variable se han empleado tres subcategorías: baja, media y alta. Por lo tanto, en un rango de 0 – 100 cm/col se considera baja; de 101 – 350 cm/col se toma como media; y a partir de los 351 cm/col es habla de jerarquía alta.

- **Coherencia entre el titular y el texto:** Este elemento permite identificar al investigador si el medio, en este caso *El Comercio* y *El Telégrafo*, cumple con los parámetros del *Periodismo Cultural* al momento de redactar las notas. En este punto también interviene la ética periodística con la que ambos periódicos manejan en la elaboración de su producto comunicativo.
- **Fuentes:** Este elemento se refiere a las personas citadas para obtener o referenciar información, serán expertos o implicados directos del tema. En este estudio se recogió las siguientes características en torno a las fuentes:
- **Contrastación:** En esta categoría se pretende conocer si los medios analizados utilizan más de una fuente en la redacción de sus notas periodísticas. Este elemento es muy importante ya que consta en el manual de estilo de ambos periódicos y también en la Ley Orgánica de Comunicación.
- **Género Periodístico:** Este apartado se refiere al tipo de género periodístico (informativo, interpretativo u opinión) presentes en este análisis. Estos podrán ser: noticias, breves, reportajes o crónicas.
- **Página:** Este elemento tiene ver con la ubicación de la nota en la sección correspondiente a los temas culturales y de forma general también en todo el periódico.
- **Titular:** En esta categoría se transcribirá el titular de la nota periodística para una mayor identificación al momento del análisis. De igual manera, con este elemento es posible analizar si el titular cumple con los elementos que exigen en los manuales de estilo de *El Comercio* y *El Telégrafo*.
- **Contexto:** Este elemento permite observar si en el período de la muestra, se presentaron acontecimientos de interés mundial o nacional que pudieran inferir en el estudio.
- **Observaciones:** En esta categoría se planteó incluir ciertos elementos encontrados en la pieza periodística analizada, algún tipo de error encontrado tanto en la forma como en el fondo de la misma.

A partir de la identificación de estos elementos, fue posible armar el siguiente protocolo de análisis, el mismo que se aplicó a cada nota dentro de la muestra, para obtener información y comprobar la hipótesis planteada anteriormente.

1.- Pieza Periodística

2.- Fecha

3.- Espacio en centímetros / columna (cm/col)

4.- Tratamiento

5.- Jerarquía

- a) Alta
- b) Media
- c) Baja

6.- Coherencia titular/ texto

7.- Fuentes

8- Contrastación

- a) Sí
- b) No

9.- Género

10.- Página

11.- Titular

12.- Contexto

13.- Observaciones

La información, que es recogida en base a este protocolo permitirá analizar el tipo de cobertura que a la prensa escrita a nivel nacional a los temas relacionados con la cultura y la gestión cultural. Debido a que este tema se puede tornar muy amplio y disperso. Se ha

escogido a dos diarios representativos del país: El Comercio, que es el un medio privado y El Telégrafo que es un medio público. Ambos diarios tienen alcance nacional, por lo cual esta investigación guardará su carácter objetivo. De igual manera se ha elegido abordar a la Casa de la Cultura Ecuatoriana y su agenda cultural mensual. De esta manera, no solo se estudiará de qué manera los medios dan apertura a la información cultural, sino también como influye la gestión de comunicación externa institucional en las coberturas.

La unidad, nota o pieza de análisis es el texto periodístico que contiene, en el caso de los periódicos un titular (antetítulo, título y subtítulo), un cuerpo discursivo y, a veces, elementos iconográficos (fotos, caricaturas, infografías). Todos estos elementos deben referirse a un mismo tema. Además, cada pieza suele estar definida o delimitada gráficamente con líneas diferentes tipos de letras en titulares, tramas, etc., que las diferencian de otras piezas.

En el análisis de las piezas periodísticas se va a encontrar información cualitativa que no puede ser procesada en la matriz correspondiente, pero que es importante en la investigación. Ciertas tendencias informativas, fotografías significativas, titulares sesgados, una cierta intencionalidad de la información que vale la pena considerar. Dado que esta información se perdería si no se la registra aparte, se plantea el recurso de la Bitácora. Obviamente, estos registros no serán para cada nota, sino para aquellas que lo ameriten al presentar alguna particularidad significativa que se perdería si no se utiliza este recurso.

4.4 DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Fecha

En un formato que incluye día y mes de la nota. Se registra el momento en que se hace el análisis.

Unidad de análisis

Desde uno en forma ascendente, se ubicará un número por cada unidad o pieza de análisis. La numeración terminará cuando se concluya con el monitoreo del medio de comunicación.

Espacio en cm/col

Tratamiento

Jerarquía

Esta categoría está relacionada con la representatividad de la pieza periodística de cada página en la sección cultural de ambos medios. Para medir esta variable se han empleado tres subcategorías: baja, media y alta. Por lo tanto, en un rango de 0 – 100 cm/col se considera baja; de 101 – 350 cm/col se toma como media; y a partir de los 351 cm/col es habla de jerarquía alta.

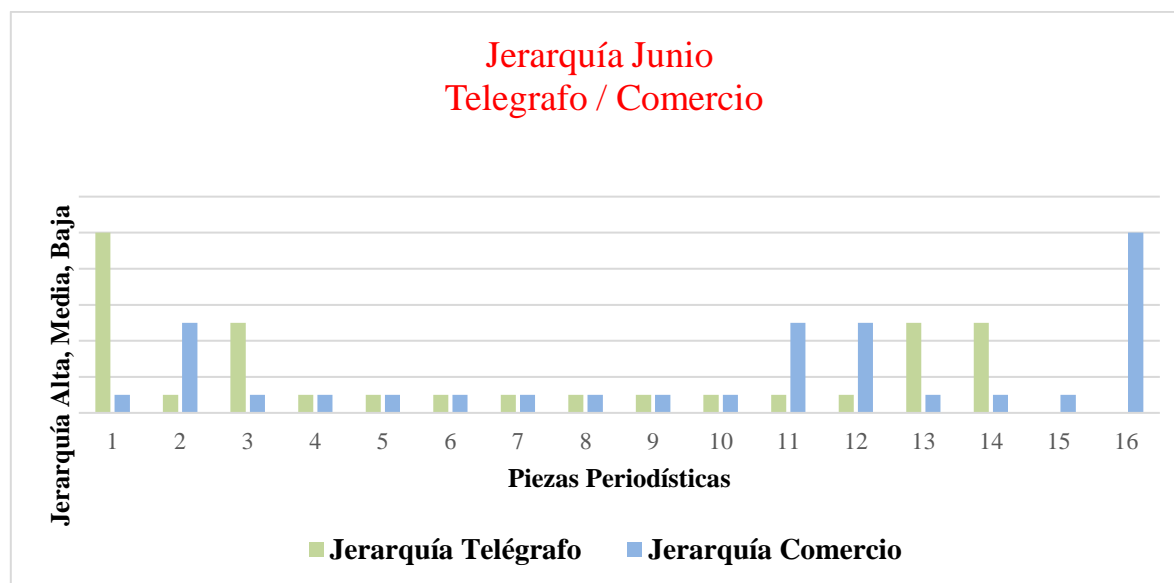


Figura1: Comparación Jerarquía El Telégrafo/El Comercio Junio 2014

Como es posible identificar en el cuadro, en el mes de junio del año 2014 ambos medios presentan una jerarquía relativamente baja en la cobertura que prestaron a los eventos de la agenda cultural de la casa de la CCE. Solamente, al principio del mes el Diario El Telégrafo con su primera pieza periodística y el Diario El Comercio, con su última pieza periodística sobre la Casa de la Cultura Ecuatoriana muestran un rango de jerarquía alta. Como se mencionó anteriormente en este análisis, un factor clave que incidió en este resultado fue la

cobertura del Mundial de Fútbol Brasil 2014, puesto que toda la atención de los medios se volcó a este evento en particular.

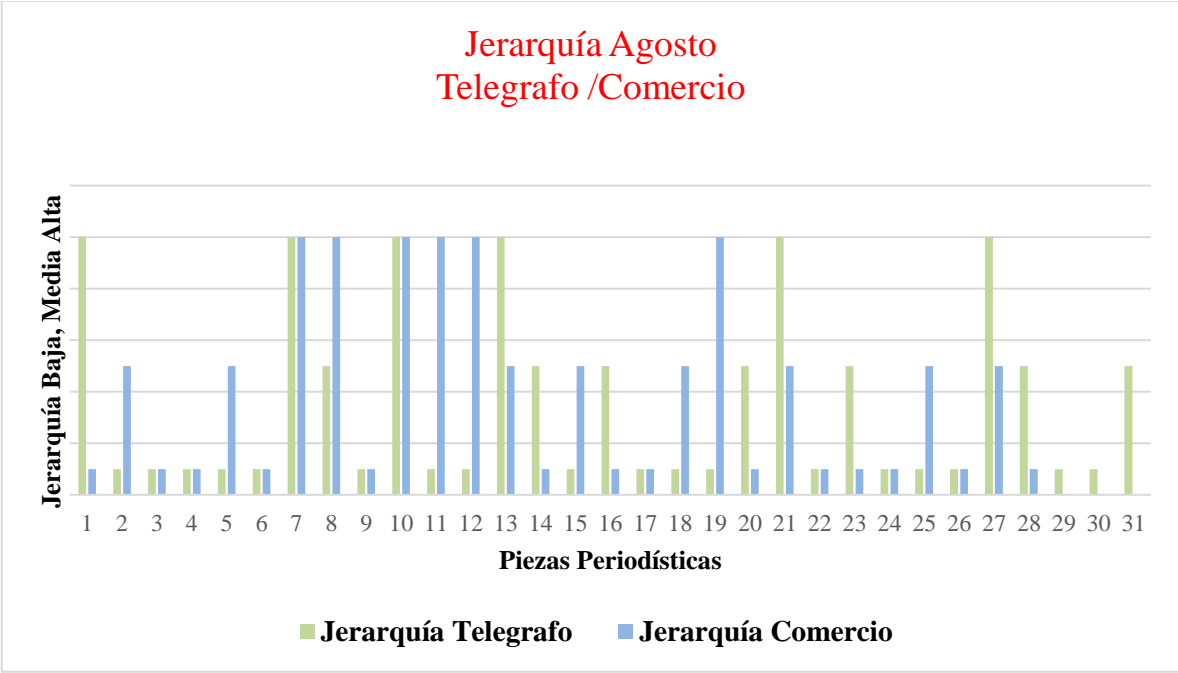


Figura 2: Comparación de la jerarquía Diario El Telégrafo/El Comercio Agosto 2014

En el mes de agosto, se celebró el 70 aniversario de la Casa de la Cultura Ecuatoriana y pudo evidenciarse la presencia de más piezas periodísticas en relación al mes de junio. En el cuadro es posible identificar que hay más picos que indican una mayor jerarquía alta de las piezas. Este fenómeno podría relacionarse con que este mes es considerado el mes de las artes y hay más demanda de productos culturales en diferentes espacios, como la CCE. Sin embargo, no se puede descuidar de este análisis que así como más piezas con jerarquía alta, el número de piezas con jerarquía baja también es alto; por lo cual, podría deducirse que no existe un equilibrio en la cobertura que presentan ambos medios. De manera general, se puede concluir que ambos medios coinciden en la jerarquía de sus piezas periodísticas.

4.5 CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN

Coherencia entre titular y texto

Esta variable trata de relacionar el titular con el cuerpo de la nota, no es necesario que todo el texto sea coherente con el titular, pero sí la mayor parte de este.

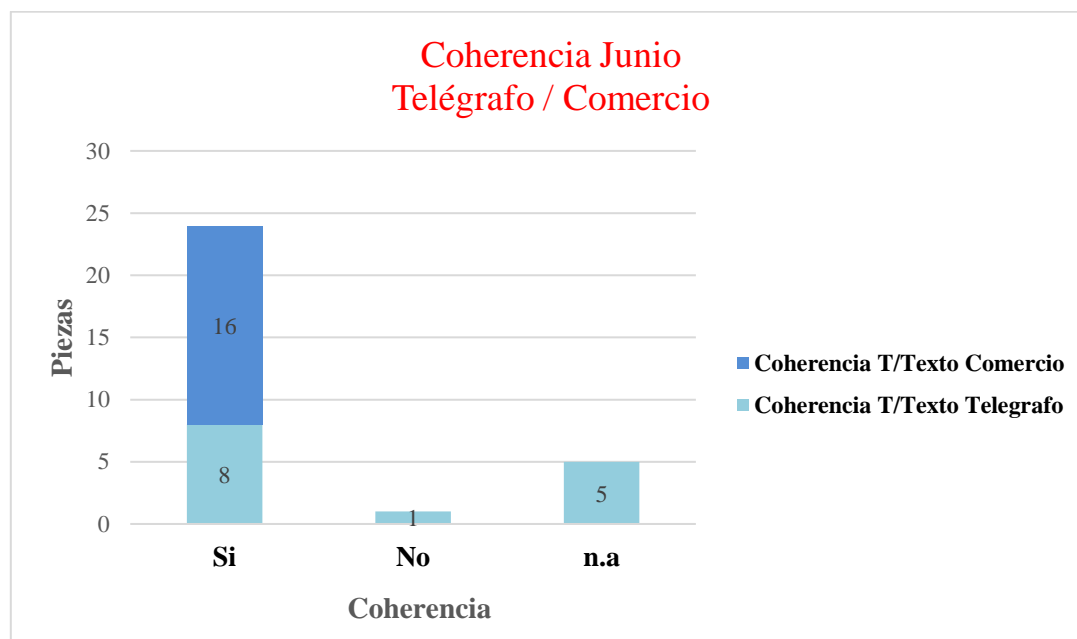


Figura N° 3: Comparación Coherencia titular/texto Diario El Telégrafo y El Comercio Junio 2014

Como se puede observar en el cuadro, el Diario El Comercio mantiene una coherencia entre titular y texto en todas sus piezas periodísticas. Sin embargo, el Diario El Telégrafo, a pesar de que es un medio público no guarda una lógica entre los titulares con el texto de las notas. Si en el mes de junio se obtuvieron un total de 14 piezas periodísticas, el 57.14% corresponde a los 8 elementos que si guardan coherencia entre ambas partes; el 35.7% corresponde a 5 notas en las que no se pudo aplicar esta variable, puesto que eran breves que no mostraron casi nada de texto para el análisis; y una pieza correspondiente al 7.14% no presenta coherencia. De acuerdo con la Ley de Comunicación, en el artículo 4, literal e se menciona que se debe guardar coherencia entre el titular y el cuerpo de la noticia.

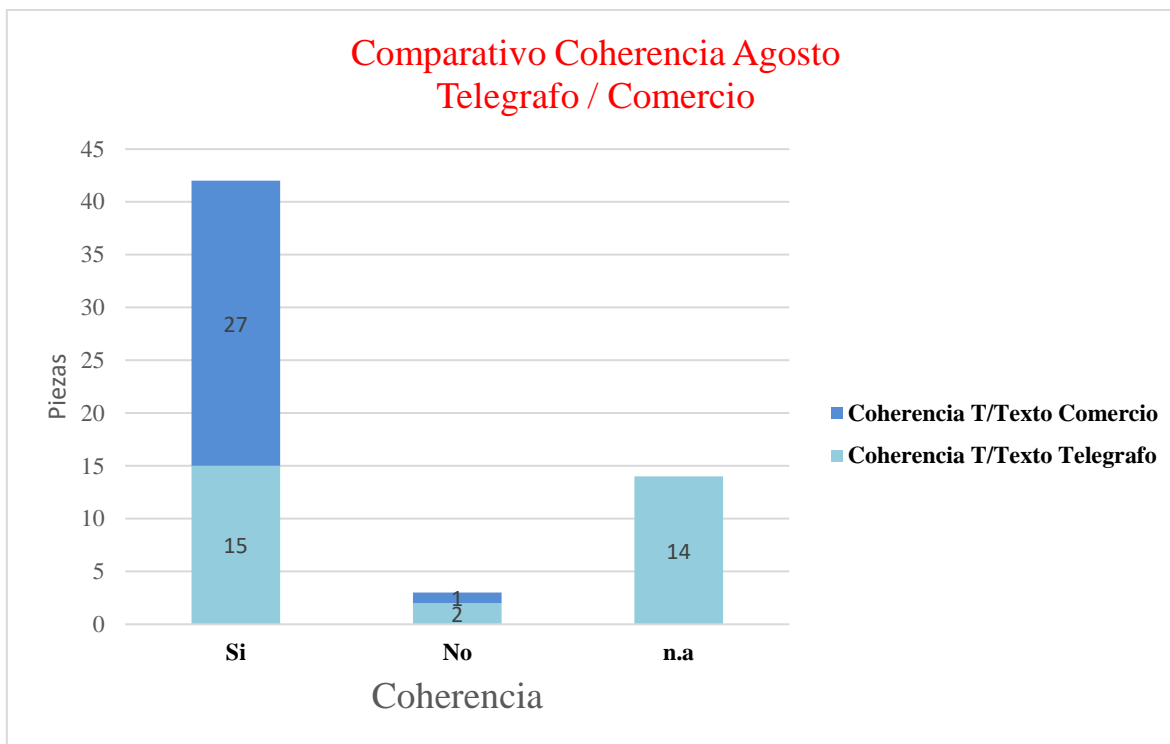


Figura 4: Comparación Coherencia titular/texto Diario El Telégrafo y El Comercio Agosto 2014

De las 31 piezas analizadas del diario El Telégrafo y las 28 piezas de El Comercio en el mes de agosto, es posible concluir que, en comparación al mes de junio, en ambos casos, aumentó el porcentaje de coherencia entre el titular y el contenido de las notas. En el caso de El Comercio 27 elementos equivalentes al 96.42% tienen coherencia, y tan solo 1 elemento, equivalente al 3,57% no la tiene. Para El Telégrafo los resultados mostraron que el 15 notas, que representan el 48,38% guardan coherencia, 14 notas, que representan el 45.16% no aplica esta variable pues son piezas de muy corta extensión; y 2, que representan el 6,45% no mantienen coherencia entre titular y texto. A partir de este resultado es posible inferir que El Comercio cuida más de su redacción en relación a El Telégrafo, pues sus productos periodísticos facilitan una mayor comprensión para los lectores. En esta variable también se puede deducir el grado de importancia que muestran ambos diarios al momento de cubrir temas relacionados con la cultura.

Número de fuentes consultadas

Las fuentes son los individuos, grupos e instituciones que proporcionan información sobre los hechos y acontecimientos que los medios informan. No son los individuos, grupos o instituciones a los que se refieren las notas, estas son fuentes referenciales. Se contabiliza y se señala el número de fuentes citadas en la nota. En algunos casos puede ser cero.

Contrastación de fuentes

Las contrastación es la verificación u obtención de otros puntos de vista que den un balance o equilibrio de perspectivas a la información; según este criterio se debe establecer si estos puntos de vista tienen o no contraste. La contrastación entre fuentes consultadas. Otra opción es “no aplica”.

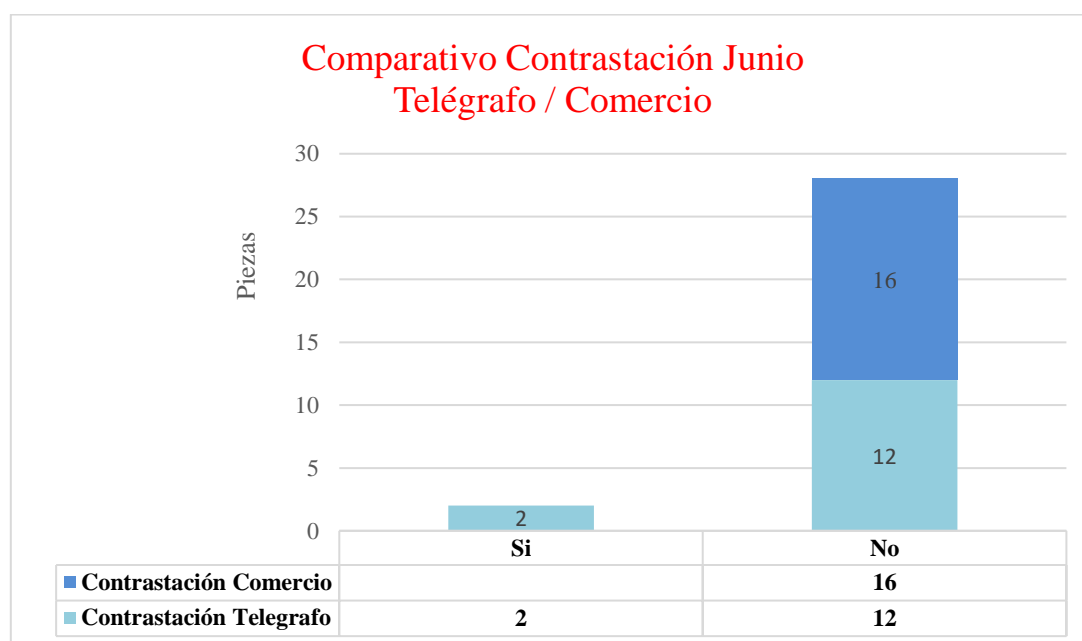


Figura 5: Contrastación de fuentes Diario El Telégrafo y El Comercio Junio 2014

La contrastación de fuentes es un elemento muy importante en el periodismo, ya que determina el compromiso y responsabilidad de quien está produciendo una información de interés público. Este elemento permite al lector tener una visión clara y objetiva de algún acontecimiento. De acuerdo al cuadro que analiza esta variable, a simple vista es posible observar el poco interés que ambos medios brindan en sus coberturas. Como la mayor parte de piezas periodísticas analizadas en este estudio corresponden a breves, el espacio no

permite que los profesionales de la información acudan a otras fuentes. Sin embargo, esta realidad es una muestra clara del déficit de calidad en el periodismo cultural que viven los medios en la actualidad.

En El Comercio de los 16 elementos analizados, el 100% no tiene contrastación de fuentes. Con respecto a El Telégrafo, 12 piezas, que representan el 85.71% no existe contrastación y apenas el 2 notas, que representan el 4.29% si muestran contrastación de fuentes.

De acuerdo con la Ley Orgánica de Comunicación, en el artículo 22, se señala que todas las personas tienen el derecho a recibir información con fuentes contrastadas, que le permitan al lector hacer un juicio crítico de la información que reciben. Es fundamental que los medios y los periodistas acudan a más de una fuente antes de redactar y publicar sus productos informativos. Esta realidad comprueba, mediante este cuadro, que por un lado no existe una buena relación entre fuentes y el periodista, trabajo que corresponde al equipo de Comunicación, en este caso de la CCE, y que por otro lado no existe un buen ejercicio del periodismo cultural en estos medios escritos.

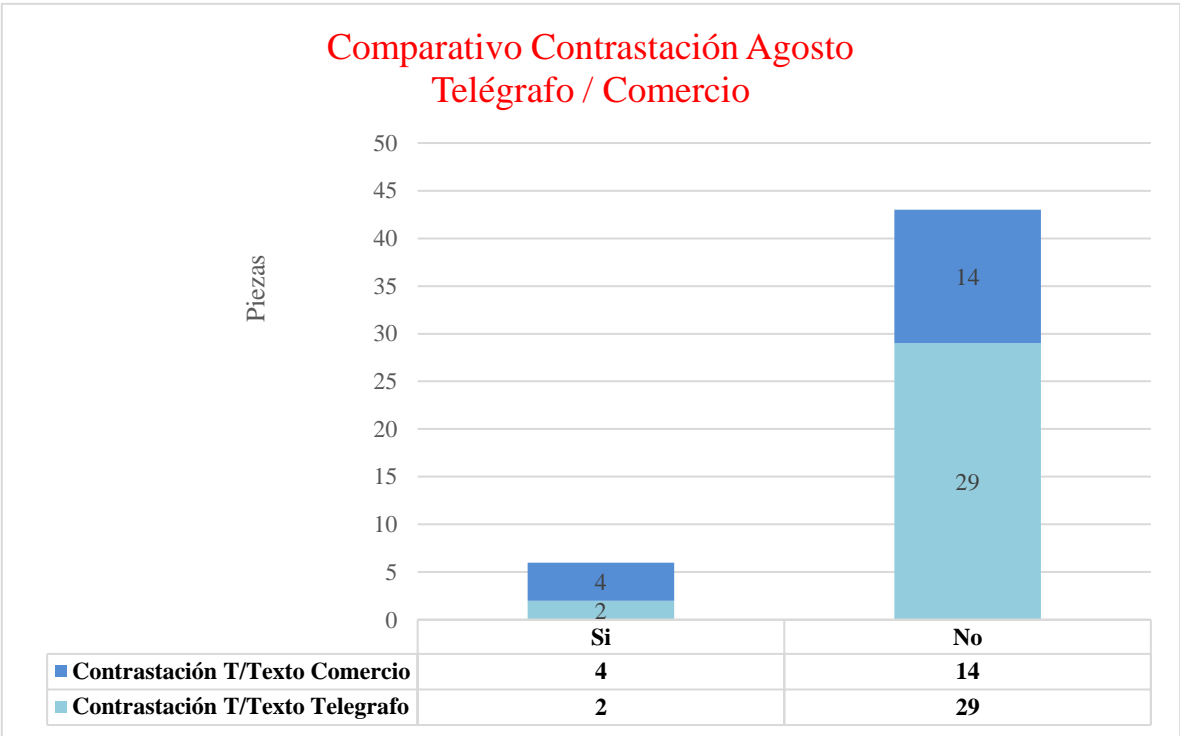


Figura 6: Comparación Contrastación de Fuentes Diario El Telégrafo y El Comercio Junio 2014

En relación al mes de junio, en este cuadro se presentan más piezas periodísticas. Empero, se produce el mismo fenómeno: no se visibiliza contrastación de fuentes en ambos diarios nacionales. En El Comercio 14 piezas, que representan el 77.78% de la muestra no presenta contrastación de fuentes; y 4 notas, que representan el 22.22% sí muestra contratación. En lo que corresponde a El Telégrafo de los 31 elementos analizados, el 93.55% no se muestra contratación de fuentes; y 4 en elementos, que representan al 2.90% si se presenta la contratación.

En ambos meses y en ambos casos esta cifra resulta alarmante para la investigación, puesto que los porcentajes que reflejan que no hay contrastación de fuentes es sumamente alta. Este resultado permite cuestionar al investigador sobre el trabajo que desempeñan los periodistas y los medios de comunicación actualmente. Al ser estos, un mecanismo de influencia social, están en la obligación de presentar información de calidad a sus lectores y no información para rellenar las páginas de una sección.

Género

Este apartado se refiere al tipo de género periodístico (informativo, interpretativo u opinión) presentes en este análisis. Estos podrán ser: noticias, breves, reportajes o crónicas.

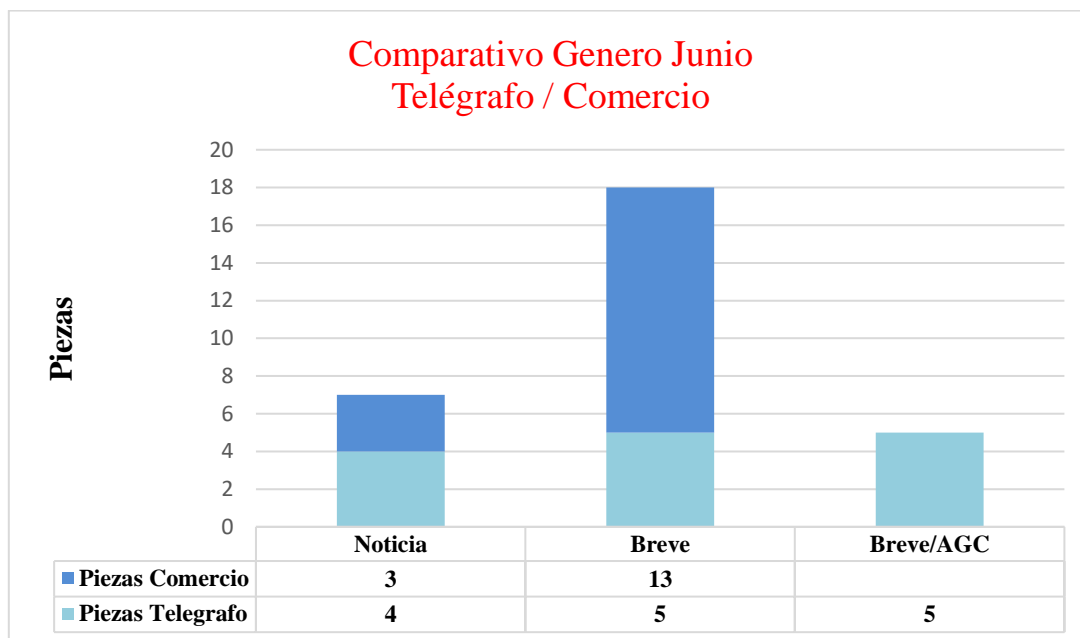


Figura 7: Comparación Géneros Periodísticos Diario El Telégrafo y El Comercio Junio 2014

En esta categoría se analizó qué género tiene mayor relevancia en la cobertura de ambos diarios nacionales. En el mes de junio fue posible identificar que los breves prevalecen sobre el resto de géneros periodísticos. En el caso de El Comercio 13 piezas, que corresponden al 81.25% son breves y 3 piezas, que corresponden al 18.75% son noticias. El diario EL Telégrafo por su parte 10 elementos que representan el 71,43 % son breves y breves de la agenda cultural del medio; y 4 piezas equivalentes al 25% de la muestra son noticias.

El resultado que arrojó esta matriz de datos reveló que los medios no muestran mayor interés en la cobertura de temas relacionados con la cultura, de forma cotidiana. Del amplio espectro de géneros periodísticos que expone la sección del periodismo cultural en

el capítulo 2, únicamente se toman dos de ellos: breves y noticias para realizar las coberturas informativas que demanda la sección.

En los breves es posible identificar un texto bastante corto a manera de una explicación breve y sencilla, estos dan información de algún hecho a manera de una guía rápida para que el lector pueda tener una idea superficial al respecto. Por esta razón es preocupante que el género dominante en la cobertura de noticias sobre la Casa de la Cultura sean los breves, este fenómeno demuestra que los medios no tienen interés por cubrir información sobre estos temas, o los periodistas no disponen de una apropiada información por parte del equipo de comunicación de la Casa de la Cultura Ecuatoriana.

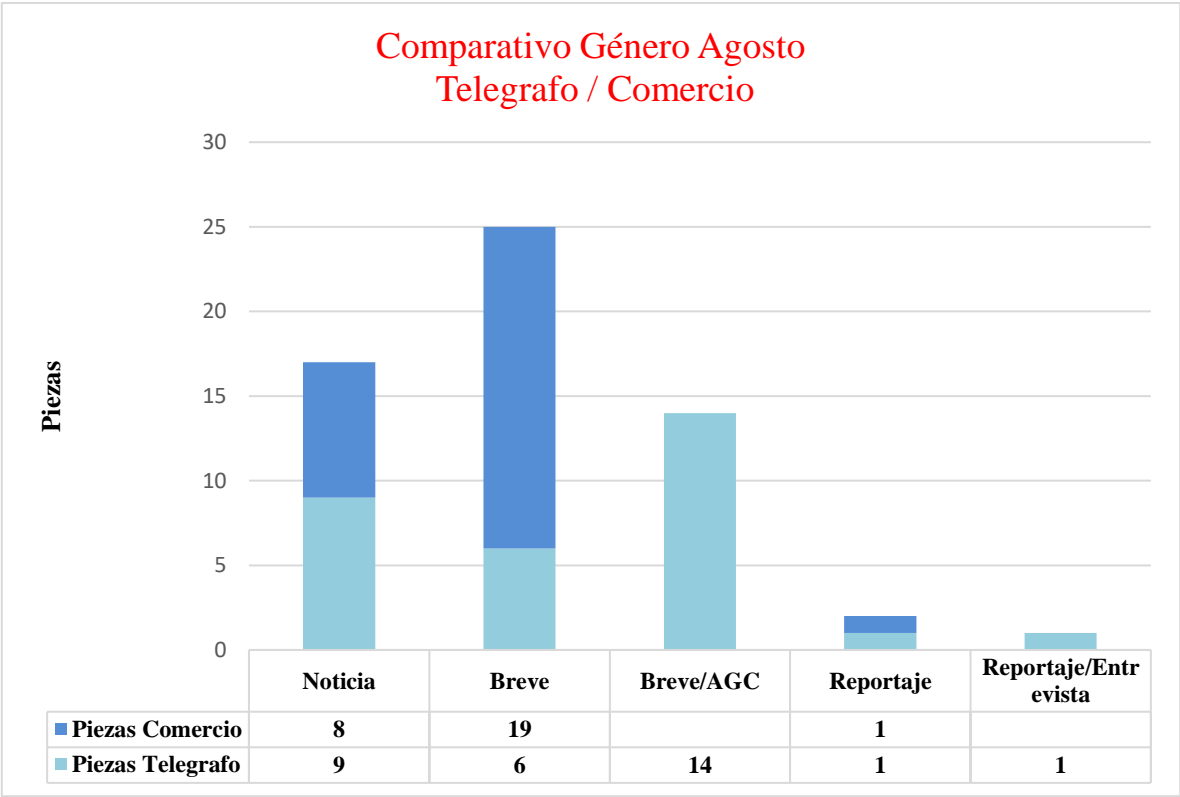


Figura 8: Comparación Géneros Periodísticos Diario El Telégrafo y El Comercio Agosto 2014

En el mes de agosto pudo justificarse un ligero cambio en relación con a junio. Al aumentar las piezas periodísticas para el análisis, también aumentaron dos géneros periodísticos: reportaje y entrevista. Como resultados, El Comercio realizó 19 breves que corresponden al 67,8 5%, 8 noticias, que corresponden al 28,57% y 1 reportaje que corresponde al 3,57%. El Telégrafo realizó un total de 20 breves, que corresponden al 64,51%, 9 noticias,

que corresponden al 29,03%, 1 reportaje que corresponde al 3,22% y un Reportaje/Entrevista, que corresponde también al 3,22%. Aunque las cifras entre ambos medios son similares, en este caso El Telégrafo optó por incluir un reportaje en su cobertura, un género que requiere una investigación previa y profunda de un hecho.

Al igual que en el mes de junio, el breve es el género que predomina en los resultado de este mes. A pesar de que hay más géneros, la información que brindan los medios resulta pobre en cuanto a calidad y contenido para informar al lector sobre la información de carácter cultural y particularmente sobre la agenda mensual de eventos de la Casa de la Cultura Ecuatoriana.

4.6 ENFOQUE DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA EN LAS RELACIONES CON LA PRENSA

De acuerdo con lo expresado por el Msc. Luis Onofa jefe de contenidos del departamento de Comunicación Social de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, no existe un encargado de prensa específico, más todo el equipo colabora de manera conjunta en la difusión de la agenda mensual en los diferentes medios de comunicación. Este departamento está conformado por profesionales de la comunicación especializados en 3 áreas del periodismo: radio, prensa y televisión y una persona encargada de manejar las redes sociales (Onofa, comunicación personal, 2016).

Tanto la radio como la sección de televisión de la CCE cuentan con personal encargado específicamente de cubrir esas secciones del departamento. Sin embargo, el área de la prensa se encarga de preparar los boletines de prensa, realizar notas para la radio y también de la comunicación interna y externa. Este equipo está conformado por Patricia Robalino, Oscar y Luis Onofa como su director. En este departamento colaboran también pasantes de comunicación universitarios que colaboran con la redacción de boletines y notas para la radio (Onofa, comunicación personal, 2016).

De acuerdo con lo comentado por el señor Onofa mensualmente se pauta una reunión entre todo el departamento para establecer las estrategias de difusión en las diferentes secciones, también para que el departamento cubra todos los eventos y los difunda en sus propios canales: página web, canal de Youtube, radio (Onofa, comunicación personal, 2016).

Con lo que respecta a la prensa escrita, como se mencionó anteriormente en el primer capítulo, este departamento no posee estrategias propias para la difusión de sus eventos en la prensa escrita. Los encargados de redactar los boletines mensuales abordan de forma superficial los eventos para dar una idea a la prensa del tipo de eventos programados para ese mes. Por esta razón, es probable que los medios no le den tanta importancia a enviar personal para cubrir estos eventos, y se limiten a mencionarlos en breves, mayormente, en la agenda cultural semanal.

De acuerdo con el análisis realizado, al observar que los breves prevalecen en la cobertura de los dos diarios nacionales: EL Comercio y El Telégrafo y en los dos meses de análisis, se infiere que la prensa escrita nacional cubre de forma superficial los eventos culturales mensuales de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión. Por lo tanto, se puede concluir que el departamento de Comunicación Social, y su gabinete de prensa no definen acciones puntuales para promocionar sus eventos en la prensa escrita y conseguir una mejor cobertura por parte de los medios impresos.

La situación política actual de la Casa de la Cultura Ecuatoriana: el proyecto de ley de cultura, la posición de los ministros de cultura de turno con respecto a la autonomía de la institución eclipsan la cobertura de su agenda mensual por parte de los medios de comunicación. Debido a la repercusión mediática de los temas políticos que involucran a la CCE, el espacio que la prensa destina a la agenda se reduce notablemente. Con respecto a esto, el autor Piñuel Raigada mencionó la importancia de un equipo especializado que se pronuncie ante los medios en nombre de la institución. Hasta el momento el equipo de comunicación no tiene un vocero que responda a los medios, es el presidente Raúl Pérez Torres quien se ha pronunciado siempre.

El equipo de prensa también realiza un monitoreo de medios, aunque de manera precaria. A diario, se recortan todas las noticias de la Casa de la Cultura en los principales medios impresos nacionales y locales y se los archiva de acuerdo a la fecha en carpetas. Empero, ese es el único trabajo de monitoreo que propone este departamento.

Los eventos culturales que pauta la Casa de la Cultura Ecuatoriana mensualmente en sus diferentes áreas: música, literatura, danza, teatro cine, entre otras son en su mayoría

programadas para el público en general. Por lo cual, su público objetivo es muy amplio y correspondería a hombres y mujeres entre 7 hasta 65 años aproximadamente. El departamento de comunicación social de la Casa de la Cultura no se ha preocupado por establecer vínculos especiales con la prensa escrita y los periodistas para que estos resuelvan sus dudas al momento de cubrir un evento. Es muy probable que este distanciamiento provoque que la prensa no cubra correctamente las noticias referentes a la CCE y desencadene en desinterés de los medios de comunicación.

Entre los formatos y rutinas técnicas para las relaciones de prensa, el departamento de comunicación social de la Casa de la Cultura maneja prioritariamente boletines de prensa, dossieres de prensa y comunicados, los mismos que se difunden a los diferentes medios vía mail. Cuando se presentan conferencias magistrales internacionales o locales, presentaciones de libros o festivales artísticos se realizan ruedas de prensa.

4.7 ENFOQUE DEL PERIODISMO CULTURAL

Entre otras cosas, como se especificó en el tercer capítulo de esta investigación, el periodismo cultural es un eje fundamental del periodismo contemporáneo. Resulta importante conocer la diversidad cultural de un país para identificar sus cualidades y debilidades. En el Ecuador existen varios diarios nacionales y locales que abordan temas culturales. Sin embargo, se escogieron muestras de El Comercio y El Telégrafo. Ambos son diarios de circulación nacional con varias décadas de presencia en el país, que muestran las cómo se mira la cultura dese de un medio público y un medio privado

La cobertura de los espacios de producción de acontecimientos culturales depende de varios factores mencionados en el capítulo tres de esta disertación. Los eventos de la CCE deben despertar el interés de la prensa y de la audiencia, eventos de carácter general en donde pueda participar toda la familia, de igual manera, las diferentes representaciones artísticas y culturales.

Otro de los factores clave para en la cobertura de los medios es la proximidad, los eventos de la Casa de la Cultura Ecuatoriana deben guardar una relación de cercanía con la audiencia. En el caso del Comercio, las noticias abordan los eventos que suceden en la capital ecuatoriana, a diferencia de El Telégrafo que prioriza los eventos de Guayaquil, por

lo tanto la gente que no se encuentra dentro en esa posición geográfica pierde el interés en informarse.

Los eventos de esta institución deben tener el carácter de entretenidos para despertar el interés de la audiencia. Últimamente, los espacios de producción artísticos y culturales han optado por emplear todos los recursos visuales y audiovisuales para atraer la atención de los espectadores y la Casa de la Cultura no puede quedarse atrás y avanzar de la mano de las nuevas herramientas tecnológicas. Así también se captará la atención de los medios locales, que se interesarán en realizar además de notas breves, producciones más elaboradas como reportajes o crónicas.

En el ámbito cultural resultó casi imposible analizar factores establecidos en la teoría de periodismo cultural como la estructura de titulares, el perfil de los lectores de ambos diarios nacionales, la línea editorial de cada medio si la mayoría de las notas analizadas corresponden a breves con tres líneas de información puntual. El material escaso ofertado de estos diarios no permitió analizar estos puntos, pues al ser las notas tan pequeñas no se distingue nada más que la información más importante de los distintos eventos incluidos en la sección.

La teoría nos dice que los periodistas se valen de dos tipos de fuentes antes de desarrollar sus piezas periodísticas: los boletines de prensa y la inmersión del profesional de la comunicación en la escena artística. En el caso de las noticias referentes a la Casa de la Cultura Ecuatoriana, la mayor parte de las fuentes corresponde a los boletines que envía el gabinete de prensa a los medios de comunicación: radio, prensa, televisión e Internet. De acuerdo con lo observado en esta investigación, es posible inferir que los boletines de prensa no enganchan a los periodistas para cubrir los eventos pautados en su agenda mensual y por esa razón, estos, valiéndose únicamente de la información precisa se limitan a redactar breves y notas pequeñas.

4.8 DIFERENCIAS DE COBERTURA ENTRE EL COMERCIO Y EL TELÉGRAFO

A lo largo de toda esta investigación de una u otra manera se ha expresado de forma sutil las diferencias entre los dos diarios escogidos: El Telégrafo y El Comercio. En primer lugar se escogió el análisis de estos medios de comunicación porque con diarios de circulación nacional y su trayectoria periodística en el país es positiva.

Diario El Telégrafo fu fundado en 1884 en la ciudad de Guayaquil por Juan Murillo Miró. Este diario fue parte de las propiedades incautadas por el gobierno a los Isaías, y en marzo del año 2008 fue refundado como diario público. Su línea editorial es oficialista y respalda la política del presidente Rafael Correa. A nivel nacional mantiene ediciones regionales y locales. Está dividido por 3 cuerpos: cuerpo A, cuerpo B y Cuerpo C, en este último se encuentran las noticias referentes a los temas culturales.

Difunde los suplementos: la revista cultural *Cartón Piedra* y el suplemento de economía *másQmenos*.

Con esta contextualización acerca de la fundación y situación actual del diario es posible entender varios elementos encontrados en este proceso de investigación. Por ejemplo, el más relevante de todos, las noticias son locales y se refieren únicamente a los eventos de Guayaquil. En el caso de la Casa de la Cultura Ecuatoriana y su agenda cultural mensual, este medio cubre lo que acontece en el Núcleo del Guayas y da prioridad a los eventos de otros espacios culturales como el Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo (MAAC). De los ejemplares analizados, en la sección cultural prevalece información sobre esta institución en relación con los demás espacios culturales de Guayaquil y del país.

Con respecto a la pauta publicitaria, El Telégrafo, al ser un diario público, la publicidad se relaciona directamente con otras instituciones públicas como el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS o con otros medios incautados como Tc Televisión y Gama Tv.

Al no ser la Cultura un tema de coyuntura popular, la línea editorial con que se maneja la información cultural sobre la Casa de la Cultura Ecuatoriana es bastante imparcial. Sin

embargo, si se trata de temas políticos como la ley de cultura o la autonomía de la Casa de la Cultura su línea editorial tiende a inclinarse por la postura del gobierno.

El diario El Comercio fue fundado en la ciudad de Quito el 1 de enero del 1906 por los hermanos César Mantilla y Carlos Mantilla. En la actualidad forma parte de una de las cadenas de medios más influyentes a nivel nacional El Grupo El Comercio. En enero del 2015 el 94% de las acciones pasó a ser parte de Telglovisión S.A perteneciente al empresario mexicano-guatemalteco Remigio Ángel González, quien es dueño además de varios medios de comunicación en 12 países de América Latina. Como característica particular, este diario ha mantenido la tendencia de oposición al régimen de turno del presidente Rafael Correa.

En el caso de la Casa de la Cultura Ecuatoriana este medio ha optado por dispersar la información en sus diferentes productos periodísticos. Si bien es cierto, la mayor parte de las piezas periodísticas referentes a temas relacionados con la CCE y con la cultura en general aparecen en la Sección Tendencias, el suplemento que circula los domingos con el nombre *Familia* también tiene en sus páginas información sobre las actividades semanales que realiza esta institución. Al igual que en el caso de El Telégrafo que tiene información sobre cultura en los suplementos Telemix y Cartón Piedra la información se encuentra dispersa y por todo el diario.

En la sección de Tendencias donde se encuentra la información de carácter cultural es posible percatarse que este medio opta por la información de las agencias de prensa internacionales en lugar de compartir información de los hechos más relevantes del país. Como un ejemplo, en el mes de junio, en donde se presentó el Mundial de Fútbol, Brasil 2014, toda la cobertura se volcó hacia lo que estaba sucediendo en el hermano país Brasil, incluso las notas sobre cultura tenían relación con temas de ese país como literatura, danza, cine, entre otros.

Para lograr un análisis más apropiado del caso se ha digitalizado una muestra de las noticias que hacen referencia a los eventos culturales que presenta la Casa de la cultura Ecuatoriana en ambos diarios para que el lector pueda comprender de mejor manera cómo se estructuran las notas en cada uno de estos medios de comunicación.

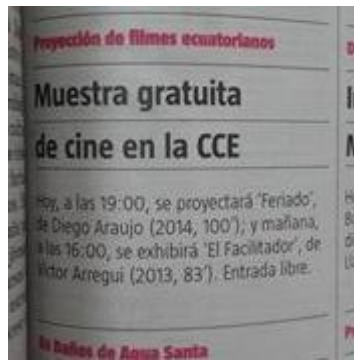


Imagen 1 Breve: Muestra gratuita de cine en la CCE de El Telégrafo 9 de agosto del 2014

Este breve corresponde al diario El Telégrafo del 9 de agosto del año 2014, el día del aniversario número 70 de la Casa de la Cultura Ecuatoriana. Para ese aniversario, el personal de la CCE preparó una amplia agenda de eventos gratuitos para el público en general durante todo el mes de agosto. Ese día apenas se presentaron 2 notas sobre su agenda cultural, y un amplio reportaje sobre la situación política de la institución. Los breves predominan en el tipo de cobertura que este diario brinda a los eventos de la CCE. En este breve se describe de forma muy puntual los horarios y las películas que la Sala de Cine Alfredo Pareja Diezcanseco ofrece al público.



Imagen 2 Breve: Un pedazo del Louvre en la Casa de la Cultura de El Telégrafo 7 de agosto del 2014

Con motivo del aniversario 70 de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, la institución preparó una muestra fotográfica sobre el museo de Louvre. El diario El Telégrafo preparó un breve con información general para que el público fuera a visitarla. Sin embargo, no se realizó una cobertura por parte de este medio.



Imagen 3 Breve: Clases y concierto de flauta en Quito 6 de junio del 2014

Al igual que en el diario El Telégrafo, los breves prevalecen en El Comercio. En esta ocasión este medio impreso hace un breve síntesis de un festival internacional de flautas, que además ofrece clases a los interesados. A diferencia de los breves del diario guayaquileño, El Comercio amplía un poco más la información a sus lectores.



Imagen 4 Noticia: Películas Gltbi en la Casa de la Cultura 5 de junio del 2014

En este caso, El Comercio presenta una noticia acerca de la semana de proyección de películas Gltbi en la sala de cine Alfredo Pareja Diezcanseco. La Casa de la Cultura Ecuatoriana ofrece semanalmente películas con diferente temática. Debido a la repercusión social y mediática de los temas relacionados con el mundo Gltbi, este medio le da un mayor espacio a estas notas



Imagen 5 Reportaje: La Casa de la Cultura Ecuatoriana cumple 70 años y lucha por mantenerse 9 de agosto del 2014.

De los dos meses de análisis, El Telégrafo presentó solo un reportaje que no correspondía a los eventos de la agenda cultural mensual, ni a la programación del aniversario número 70. Este reportaje se enfocó en la situación política actual de la Casa de la Cultura Ecuatoriana. De esta manera es posible observar cómo los medios se aprovechan para tomar partida de las falencias de la institución para lograr más lectores y más repercusión mediática en su audiencia.

CONCLUSIONES

Después de este análisis es importante mencionar que tanto El Comercio como El Telégrafo no tienen una sección propia que aborde el tema cultural; en el caso del El Comercio la información cultural se encuentra dentro de la sección Tendencias y en El Telégrafo en el segundo cuadernillo del diario, cuerpo B.

En esta investigación se propuso un diseño metodológico para el análisis del tipo de cobertura que los diarios nacionales *El Comercio* y *El Telégrafo* dan a la agenda cultural de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión, y cómo a partir de esta cobertura estos medios terminan produciendo determinadas representaciones sobre cultura.

Metodológicamente se planteó un formato de análisis de los contenidos de la sección cultural de los diarios nacionales: *El Comercio* y *El Telégrafo*. El mismo que determino que las piezas obtenidas para realizar la matriz, no cumplían en su mayoría con los parámetros del ejercicio del periodismo cultural.

La mayor parte de las piezas periodísticas analizadas en ambos medios, y de forma referencial del diario La Hora, eran breves. De esta manera, el material para poder analizar varios puntos del análisis como contrastación de fuentes, coherencia entre titular y texto de la pieza analizada.

A partir de estos datos los resultados comprobaron la hipótesis planteada en un inicio de esta investigación: Por un lado el departamento de Comunicación Social de la Casa de la Cultura Ecuatoriana no tiene una planificación estratégica especializada para los medios impresos que facilite a los periodistas la cobertura de los eventos de su agenda cultural. Como parte de esta problemática se comprobó que dentro del equipo no existe un vocero encargado de representar a la Institución ante los medios de comunicación; esta función la desempeña su presidente Raúl Pérez Torres quien, con sus habilidades en las letras, no está capacitado en temas de comunicación para responder de forma apropiada ante los medios.

De igual forma, se comprobó no se produce un correcto monitoreo de medios, especialmente en la prensa escrita por parte del departamento de Comunicación Social,

todas las acciones que han tomado resultan precarias para evaluar la situación actual de cobertura que los diarios dan a la agenda cultural mensual de la CCE.

De igual manera, se identificó que los métodos de monitoreo son obsoletos en lo que representa el desarrollo tecnológico, puesto que no se aprovechan recursos como las redes sociales; tanto para difundir su agenda c

Por otro lado, en lo que corresponde a los medios de comunicación, en este caso El Telégrafo y El Comercio, se evidencia a través del análisis de contenido realizado que no muestra mayor interés en la cobertura de temas de carácter cultural. Estos medios se limitan a producir breves informativos para que sus audiencias conozcan de los eventos, pero no envían personal a realizar coberturas de los mismos. En un fin por evitarse gastar recursos que no van a contribuir económicamente con los diarios.

Como un ejemplo, se puede citar la cobertura del Mundial de fútbol Brasil 2014 que movilizó a casi todos los periodistas de los distintos medios de comunicación nacional. En el caso de los dos diarios tomados para el análisis, los espacios destinados a la cobertura de este evento deportivo ocupaban gran espacio con vistosas fotografías. Entre los géneros periodísticos constaban reportajes y análisis en profundidad de todo lo que implicó este evento a nivel mundial y su repercusión a nivel internacional.

También se registró mayor publicidad en la sección deportiva. En el caso del diario El Comercio la pauta publicitaria ocupaba casi en igual proporción a la cobertura de los temas deportivos y grandes empresas privadas pautaban publicidad de gran extensión en esta sección. En el caso del diario El Telégrafo la pauta publicitaria fue igual de extensa como en El Comercio, pero al ser este un diario público se publicitaba la cobertura de los diferentes partidos en los dos canales también públicos: Gama Tv y Tc Televisión, los cuales transmitían estos eventos.

De esta manera se comprobó que lamentablemente temas como el fútbol quedaron por encima de los temas culturales, ya sea por la recepción de la audiencia que no se interesa por conocer sobre la oferta cultural nacional y que en consecuencia no resulta rentable para los medios de comunicación. Por esta razón se ha dejado de lado la cobertura y el ejercicio del periodismo cultural en los medios impresos nacionales.

Después de realizar este análisis se pudo comprobar que la cobertura que la prensa escrita brinda a los eventos de la Casa de la Cultura Ecuatoriana en los diarios El Comercio y EL Telégrafo es escasa y se origina en dos problemáticas. Por un lado el equipo de Comunicación Social realiza un trabajo deficiente en sus relaciones con la prensa. Por otro lado, los medios han perdido el interés por cubrir las noticias culturales debido a su poca rentabilidad económica y mediática.

Bibliografía

- Abad, G. (2012). Periodismo cultural: cartografía de un campo en movimiento. En P. Cruz, & S. Rosero, *El periodismo cultural en los medios ecuatorianos*. Quito: Quipus.
- Asamblea Nacional. (24 de Junio de 2013). *Proyecto de Ley de Cultura*. Recuperado el 25 de Octubre de 2015, de <http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/private/asambleanacional/files/esasambleanacionalnameuid-29/Leyes%202013-2017/238-cultura-ejecutivo-14-09-2009/Alcance-Informe-Segundo-Debate-Proyecto-Ley-Cultura-21-09-2016.pdf>
- Casa de la Cultura Ecuatoriana. (s.f.). *Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión* . Recuperado el 23 de 10 de 2015, de http://www.casadelacultura.gob.ec/index.php?ar_id=10&ge_id=37&title=Plan%20estrategico%20de%20la%20Casa%20de%20la%20Cultura&palabrasclaves=Plan%20estrategico%20de%20la%20Casa%20de%20la%20Cultura
- EL Ciudadano. (13 de Noviembre de 2015). *Long: En 2016 ya habrá Ley de Cultura*. Recuperado el 15 de Febrero de 2016, de <http://www.elciudadano.gob.ec/long-en-2016-ya-habra-ley-de-cultura/>
- El Comercio. (2 de mayo de 2016). *Raúl Vallejo es el nuevo ministro de Cultura*. Recuperado el 2 de mayo de 2016, de <http://www.elcomercio.com/tendencias/raulvallejo-ministro-cultura-embajador-colombia.html>
- Espinosa, L., & Larco, C. (2012). *El pensamiento político de los movimientos sociales*. Quito: Ministerio de Coordinación de la Política.
- Gutiérrez-Rubí, A. (2016). *Millennials en Latinoamérica. Una perspectiva desde Ecuador*. Madrid: Ariel, S.A.
- Handelsman, M. (1948). *El Ideario de Benjamín Carrión*. Quito: Planeta.
- Onofa, L. (Diciembre de 2014). Difusión de Medios en la CCE. (E. Flores, Entrevistador)
- Pablo Jácome. (6 de Marzo de 2016). *El Universo*. Recuperado el 13 de Mayo de 2016, de [La Ley de Cultura de Ecuador se aprobaría en mayo, según nueva Ministra: http://www.eluniverso.com/vida-estilo/2016/03/06/nota/5445762/ley-cultura-se-aprobaria-mayo](http://www.eluniverso.com/vida-estilo/2016/03/06/nota/5445762/ley-cultura-se-aprobaria-mayo)
- Pérez, R. (2013). *Informe de la Casa de la Cultura* . Quito.
- Pérez, R. (2014). *Rendición de Cuentas 2014*. Quito.

- Piñuel, J. L. (1997). *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*. Madrid: Síntesis.
- Piñuel, J. L. (2002). *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. Madrid: Ciudad Universitaria.
- Rivera, J. B. (1995). *Periodismo Cultural*. México D.F.: Paidós.
- Rodríguez Pastoriza, F. (2006). *Periodismo Cultural*. España: Síntesis, S.A.
- Rosero S., P. C. (2012). *Periodismo cultural en los medios ecuatorianos*. Quito: "Quipus", CIESPAL.
- Sarabia, M. J. (1989). *José Vasconcelos*. Madrid: Ediciones de Cultura Histórica.
- Tinajero, F. (2013). *Benjamín Carrión y la "cultura nacional"*. Quito: Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados.

ANEXOS

Anexo No. 1 Matriz de Análisis

Pieza	Fecha	Espacio cm/	Tratamiento	Jerarquía	Coherencia T/Texto	Fuentes						Contrastación	Género	Página	Titular	Contexto	Observaciones
						1	2	3	4	5	6						
1	206	32	32	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	18	Retrospectiva de Carlos Saura	Mundial	
2	506	1215	1215	Media	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Noticia	17	Películas GLBTI en la Casa de la Cultura	Mes del orgullo Gay	GLBTI en minizoolas
3	606	80	120,5	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	15	Raúl Pérez Torres será piroeste	Fiestas de Pujilí	
4	606	40,5		Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	15	Clases y conciertos de flauta en Quito		
5	1006	50	50	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	17	Una antología de teatro ecuatoriano	Mundial	
6	1306	32	32	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	15	Imágenes de la Copa del Mundo	Mundial	
7	1606	32	32	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	18	90 años del Movim		
8	1706	32	32	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	16	Nuevo Libro de Luis E. Carrión		
9	1806	32	246	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	16	Nuevo Libro de ciencia ficción		
10	1806	32		Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	16	Nuevo Libro de Ernesto Carrión		
11	1806	182		Media	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Noticia	16	Danza, literatura y video se fusionan		
12	2006	101,25	101,25	Media	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	16	Un revolucionario, su historia y un filme		
13	2306	32	32	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	16	Ballet neoclásico y contemporáneo		
14	2406	32	32	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	16	Sensaciones estéticas "Fervorosos pasos"		
15	2506	32	32	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	16	estará en escena		No explica el lugar
16	3006	728	728	Alta	Sí	Guido Díaz/CCE	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Noticia	16	Guillermo Muriel ha vivido para pintar; 70 años de obra en la CCE		

Pieza	Fecha	Espacio cm/	Tratamiento	Jerarquía	Coherencia T/Texto	Fuentes						Contrastación	Género	Página	Titular	Contexto	Observaciones
						1	2	3	4	5	6						
1	206	32	32	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	18	Retrospectiva de Carlos Saura	Mundial	
2	506	1215	1215	Media	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Noticia	17	Películas GLBTI en la Casa de la Cultura	Mes del orgullo Gay	GLBTI en minizoolas
3	606	80	120,5	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	15	Raúl Pérez Torres será piroeste	Fiestas de Pujilí	
4	606	40,5		Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	15	Clases y conciertos de flauta en Quito		
5	1006	50	50	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	17	Una antología de teatro ecuatoriano	Mundial	
6	1306	32	32	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	15	Imágenes de la Copa del Mundo	Mundial	
7	1606	32	32	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	18	90 años del Movim		
8	1706	32	32	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	16	Nuevo Libro de Luis E. Carrión		
9	1806	32	246	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	16	Nuevo Libro de ciencia ficción		
10	1806	32		Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	16	Nuevo Libro de Ernesto Carrión		
11	1806	182		Media	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Noticia	16	Danza, literatura y video se fusionan		
12	2006	101,25	101,25	Media	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	16	Un revolucionario, su historia y un filme		
13	2306	32	32	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	16	Ballet neoclásico y contemporáneo		
14	2406	32	32	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	16	Sensaciones estéticas "Fervorosos pasos"		
15	2506	32	32	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	16	estará en escena		No explica el lugar
16	3006	728	728	Alta	Sí	Guido Díaz/CCE	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Noticia	16	Guillermo Muriel ha vivido para pintar; 70 años de obra en la CCE		

Espacio cm/col	Tratamiento	Jerarquía	Coherencia T/Texto	Fuentes						Contrastación	Género	Página	Titular	Contexto	Observaciones	
				1	2	3	4	5	6							
975,25	975,25	Alta	Sí	Manolo Sarmiento/No oficial	Alejandra García/No oficial	Marta Jativa/No oficial	Alfredo Mora Zambrano/No oficial	n.a	n.a	n.a	Sí	Noticia	28	Los EDOC marcaron el pulso cultural de Quito	no hay	
54	54	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	26	Nueva edición del libro "Un pájaro redondo para jugar"		
132,25	132,25	Media	Sí	Huilo Ruales/No oficial	Raúl Pérez Torres/CCE	Galo Mora/No oficial	n.a	n.a	n.a	n.a	Sí	Noticia	28	Galo Mora Witt escribe sobre fútbol para la memoria		
75	75	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	25	El cine GLBTI tiene su propio espacio en la cinemateca de la CCE		
33	66	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	41	Festival de Cine Ruso en la Casa de la Cultura		
33		Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	41	Presentación del libro de Cristian Londoño		
49,5	82,5	Baja	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve/AGC	16	Teatro n.a		
33		Baja	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve/AGC	16	Danza n.a		
51	135	Baja	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve/AGC	38	Música n.a		
36		Baja	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve/AGC	38	Danza n.a		
48		Baja	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve/AGC	38	Pintura n.a		
33	337,25	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	39	Un cortometraje español se proyecta hoy en la CCE		
183,75		Media	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Noticia	39	Ecuador tiene sus propios mariachis		
120,5		Media	No	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Noticia	39	El cine argentino se proyecta en la cinemateca de la CCE		

19	1908	21	123	Baja	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve/AGC	27	Teatro n.a		
20	1908	108		Medio	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve/AGC	27	Cine n.a		
21	2308	528,75	528,75	Alta	Sí	Estefanía Rodríguez/No oficial	Jorge Parra/No oficial	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Noticia	26	Jorge Parra: "EL FIARTES - G se hace como sin"		
22	2208	10,5	239,5	Baja	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve/AGC	27	Literatura Infantil n.a		
23	2208	169		Medio	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve/AGC	27	Cine n.a		
24	2208	44		Baja	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve/AGC	27	Historia n.a		
25	2208	44		Baja	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve/AGC	27	Danza n.a		
26	2208	33		Baja	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve/AGC	27	Cursos de música		
27	2608	98,5	98,5	Alta	Sí	Rafael Camero/No oficial	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Reportaje/Empleta	28	"Habló la necesidad de recuperar la memoria de nuestro pueblo de Cortázar"	25 años de aniversario de Jacchiguá 100 años de la muerte de Cortázar	Núcleo Bolívar
28	2708	126	105	Medio	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Noticia	26	La Casa de la Cultura Ecuatoriana presenta una muestra de cine brasileño		
29	2908	21	315	Baja	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve/AGC	30	Cine n.a		
30	2908	10,5		Baja	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve/AGC	30	Teatro n.a		
31	3008	193,5	193,5	Medio	Sí	Raúl Pérez Torres/CCE	Galio Mora V/No oficial	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Noticia	28	CCE homenaje a Pedro Jorge Vera	100 años del natalicio de Pedro Jorge Vera	

Pieza	Fecha	Espacio cm	Tratamiento	Jerarquía/Coherencia	T/Texto	Fuentes						Contraste	Género	Página	Titular	Contexto	Observaciones
						1	2	3	4	5	6						
1	108	47,25	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	18	Un nuevo ensamble echo de barro	Núcleo del Guayas	
2	408	148,5	Medio	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	18	Un diálogo entre las letras y la academia		
3	508	114,75	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	18	Feria del libro de la Casa de la Cultura		
4	608	32	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	18	B. Carrion visto en su contexto		
5	608	148,5	Medio	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Noticia	18	Antonio Ordóñez y Juana guarderas recibían la presea Martínez Queirolo		
6	708	32	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	17	Estuquían Pablo Palacio y Nelson		
7	708	812	Alta	Sí	Ximena Carceleni/CCE	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Noticia	17	El Quito Antiguo se redescubre en s plástica		
8	708	350	Alta	Sí	Medardo Calsabanda/No oficial	Mesías Maguashoa/No oficial	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	Sí	Noticia	18	César Dávila Andrade revive en una versión de escénica de su poesía	Actividades por el aniversario	
9	808	32	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	17	Festival Sagal, en la CCE		
10	808	364,5	Alta	Sí	Carlos Naranjo/No oficial	Andrés Carrion/No oficial	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	Sí	Noticia	17	Banjamin Carrion visto a través del caleidoscopio de "El gran suscitador"	Actividades por el aniversario	
11	808	796,5	796,5	Alta	Sí	Raúl Pérez Torres/CCE	Andrea Guamanjov/No Oficial	Andrés Rivera/No oficial	Felipe Jorquera/No oficial	Jorge Dávila Vásquez/No oficial	Fabiano Ruelas/No oficial	Sí	Reportaje	18	La CCE, 70 años y varios temas pendientes	Actividades por el aniversario	
12	1108	526,5	701,5	Alta	Sí	Guido Diaz/CCE	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Noticia	17	El Tesoro de Louvre fue guardado en Quito	Actividades por el aniversario	
13	1108	175		Medio	Sí	Roxana Flores/No oficial	Cecilia Tapia/CCE	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Noticia	17	Un poema se convirtió en cantata	Actividades por el aniversario	
14	1208	67,5	67,5	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	18	El salón de octubre abrió sus convocatorias		
15	1308	123,25	184	Medio	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	18	Los primeros artistas de Quito, en vitrina	Museo de Arte Colonial	
16	1308	60,75		Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	18	Semana cultural en Quito, hasta el 16		
17	1408	32	140	Baja	No	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	17	"Hecha Trizas con Pirras" para niños		
18	1408	108		Medio	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	17	Seis filmes nipones diversos como su país	Mal redactado el titular	

19	1508	364,5	364,5	Alta	Sí	Daniel Maldonado/No oficial	Susana Pautasso/No oficial	Andrea Ordóñez/No oficial	n.a	n.a	n.a	No	Noticia	17	La condecoración Josep Martínez Queirolo recae sobre dos quiteños		
20	1808	32	32	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	16	El Balompie en pantalla grande		
21	2108	130	130	Medio	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	18	Ballet Jacchiguá celebra sus 25 años		
22	2508	32	153,5	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	16	Los cortometrajes tienen su noche	En estos días no hay sección de	
23	2508	60,75		Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	17	Las letras manabitas en un simposio	Núcleo Manabí	
24	2508	60,75		Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	17	Pedro Jorge Vera visto en los libros	Centenario del nacimiento de Pedro Jorge	
25	2608	108	108	Medio	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	20	La V semana de cine brasileño en la CCE	Centenario del nacimiento de Cortázar	
26	2708	32	207,5	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	20	"Palabras de Mar a Mar" en tres voces		
27	2708	175,5		Medio	Sí	Lesther Macías/CCE	Alfredo Ceñudo/No oficial	Miguel Saco/Guillermo/No oficial	n.a	n.a	n.a	Sí	Noticia	20	La literatura manabita genera debates	Núcleo Manabí	
28	2808	24	24	Baja	Sí	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	No	Breve	18	Letras de Pedro Jorge		

Anexo No. 2 Entrevista al Msc. Luis Onofa

P: En las políticas de gestión actuales de la Casa de la Cultura Ecuatoriana existe un plan estratégico de difusión con los medios de comunicación? Sí, No y Por qué?

R: Es una práctica que se va generalizando en el ámbito de la comunicación institucional, a medida que se va constatando que la red de medios masivos se va complejizando, no solo por el hecho de que llegan a diferentes grupos sociales sino también porque las nuevas tecnologías (redes sociales) van segmentando más los públicos, la circulación de contenidos tienen tiempos y ritmos diferentes y los contenidos, características específicas en cada uno de ellos.

Aunque los objetivos y el sentido de los contenidos, de manera general, pueden mantener unidad, la puesta en práctica de una gestión de comunicación social, implica un contexto complejo y una variedad de instrumentos que deben ser considerados y correlacionados en una estrategia no solo en relación a los medios masivos sino también a otros tipos de comunicación.

P: Quiénes conforman el departamento de Comunicación Social de la Casa de la Cultura Ecuatoriana

R: La Dirección de Comunicación de la Casa de la Cultura está integrada por las unidades de televisión, redes sociales, medios impresos, relaciones públicas y administrativa. De manera adicional, el sistema de comunicación social de la CCE cuenta también con Radio Casa de la Cultura Ecuatoriana.

P: Cómo se prepara la difusión de la agenda cultural mensual de la Casa de la Cultura Ecuatoriana en los medios?

R: La difusión de la agenda cultura contempla una planificación diaria, semanal y mensual, en función de los eventos que organiza la institución y de los recursos con los que cuenta. La planificación toma como base los eventos que se realizan en las salas y teatros de la

CCE, por su cuenta o con el patrocinio o apoyo de ella. Eventualmente, incluye otros eventos que se desarrollan fuera de sus instalaciones.

P: Qué recursos maneja el equipo de Comunicación Social para la difusión de su agenda con los medios impresos?

R: La Dirección de Comunicación Social cuenta con equipamiento de cobertura y edición para televisión. Medios impresos y redes sociales, tienen el equipamiento propio de una oficina. De manera adicional, tiene el apoyo de Radio Casa de la Cultura y la editorial Pedro Jorge Vera, en sus respectivos campos.

P: Existe algún convenio con la prensa escrita para la difusión de la agenda cultural mensual de la CCE?

R: No existe ningún tipo de convenio, por ello caería en el campo publicitario y la CCE no cuenta con recursos para esa modalidad de trabajo. Sustenta su estrategia de difusión en el envío de boletines de prensa, cuya publicación está sujeta a la valoración que hacen los medios respecto a la trascendencia de los eventos.

P: El Departamento de Comunicación Social tiene un encargado o encargados de prensa? Si es afirmativo, cuáles son sus funciones?

Cuenta con un responsable de la unidad de medios impresos y un equipo de dos reporteros. La función del primero es organizar la agenda de coberturas, supervisar su cumplimiento y distribución de contenidos a los medios, editar contenidos y dar orientaciones sobre el trabajo de los reporteros.

P: ¿La Casa de la Cultura cuenta con un vocero para los medios de comunicación?

El Presidente de la institución es la primera autoridad que comparece ante los medios, cuando las necesidades de comunicación así lo determinan. Luego vienen, el Vicepresidente y los directores, de acuerdo con las circunstancias.

Anexo No. 3 Entrevista de Luis Onofa a Fernando Tinajero

ENTREVISTA A FERNANDO TINAJERO

P.- Está enraizado en sectores intelectuales del país que la Casa de la Cultura nació en un momento histórico de “frustración nacional”, tras la mutilación territorial de 1942. Es el único motivo para la creación de esta institución o esta es producto de un proceso histórico más complejo?

R.- Evidentemente, el proceso que está detrás de la aparición de la Casa de la Cultura es bastante largo y complejo. En el fondo está la ideología de la Cultura Nacional y se remonta a mediados del siglo XVIII, cuando los autores ilustrados de ese tiempo y sobre todo, profesores de la universidad jesuita quiteña estaban preocupados por consolidar el carácter de un país que estaban soñando. Comenzaba a perfilarse la idea de una vida independiente de un país, cuyo sustento era la cultura propia. Esta conciencia de autonomía tiene su máxima expresión en Eugenio Espejo, quien dedica mucho espacio de su obra a la reflexión sobre la Nación y la cultura nacional. Lo propio hace Pedro Moncayo, en los albores republicanos, cuando intenta avanzar con la concepción de autonomía identitaria y, desde un punto de vista romántico, los ilustrados del siglo XVIII estaban nutridos por el pensamiento de la Ilustración, lo mismo que Juan Montalvo.

Esa ideología se consolida con mucha fuerza con la Revolución Liberal, cuando la separación del Estado y la Iglesia permite la consolidación de un estado nacional y, desde entonces, hasta los años de la fundación del Partido Socialista y el Partido Comunista, va desarrollándose esta ideología, que tiene momentos muy importantes y tiene versiones de derecha e izquierda. No se puede ignorar la influencia que tiene el pensamiento de Remigio Crespo Toral, la más alta representación de esta ideología en la derecha política. Por el lado de la Izquierda, son sus partidos e intelectuales los que van profundizando la idea de una autonomía nacional centrada en la identidad cultural.

El desarrollo de esta ideología tuvo en Benjamín Carrión a uno de sus más importantes gestores, es uno de los intelectuales que más aportó al desarrollo de ella, desde sus primeras obras: Los Creadores de la Nueva América, Mapa de América y Atahualpa, que apareció en 1934.

La desdichada experiencia internacional de Ecuador en 1941 y el Protocolo de Río de Janeiro, de 1942, evidentemente sumieron al país en una depresión moral grande y grave. Los ecuatorianos habían dejado de tener fe en su propio país. Se sentían derrotados, humillados, no veían claramente un futuro. Esta situación creó un clima propicio para la eclosión de la ideología de la cultura nacional. A partir de 1942, cuando Carrión escribió sus Cartas al Ecuador comenzó la prédica que buscaba infundir en los ecuatorianos un sentimiento de orgullo de su propio país, pequeño, pero rico culturalmente, fundándose en las glorias de nuestra cultura pasada.

P.- Para dar sustento a la ideología de la cultura nacional, Benjamín Carrión cita la metáfora del “sauce podado”, lanzada por el filósofo inglés Arnold J. Toynbee. Ese “sauce” volvió a crecer con fuerza en el caso del país y de la Casa de la Cultura.

R.- Relativamente. No soy partidario de esta metáfora. Quizá podría servir para ciertos casos históricos. No estoy seguro de que en Ecuador se haya producido exactamente eso. Evidentemente, el Ecuador se ha desarrollado y ahora está experimentando saltos gigantescos en este campo, pero no estamos seguros de que esto se haya debido a la mutilación territorial. No es la poda territorial la que produjo el desarrollo posterior. El desarrollo que experimenta el Ecuador a partir de los años 50, pero en forma mucho más sostenida en los últimos decenios del siglo XX, se debe a un desarrollo capitalista que ocurre a nivel mundial y que nos incluye a nosotros, no en calidad de país protagonista sino en calidad de país receptor. Por eso, no hay que dejarse engeguecer por los desarrollos recientes del país. Evidentemente, ha crecido, hay una mayor producción, se han superado niveles de pobreza, se ha logrado extender relativamente la educación, los servicios de salud. Todo eso no quiere decir que Ecuador haya dejado de ser un país excluyente, injusto y no ha dejado de tener hondas desigualdades en el interior de su sociedad.

En medio de todo esto, la Casa de la Cultura ha cumplido un papel interesante, que sobre todo lo fue en las décadas del 40 y 50, incluso la mitad de los 60, porque sirvió para movilizar la conciencia nacional, que evidentemente fue un papel importante. Después, ese papel se ha venido a menos, porque el propio desarrollo capitalista ha determinado la aparición de editoriales privadas y hay un mercado del arte con circuitos privados. Es decir, el papel de la Casa de la Cultura ya no es único, ni excluyente, ni determinante, es un papel,

entre otros. Esto significa que la Casa de la Cultura tiene que acomodarse a otros tiempos, no puede seguir viviendo con el mismo pensamiento con el que nació y tiene que responder a retos que son del presente, que fueron desconocidos para el fundador de la Institución.

P.- Qué significa acomodarse a los nuevos tiempos?

R.- Lo digo en el sentido que la Casa no puede pretender que se conserve la misma visión que tuvo en sus orígenes, cuando esta frente a un país derrotado, humillado, pobre, con enormes laceraciones, era un país en el que más del 50 por ciento de la población pertenecía a los pueblos indígenas que estaban en situación de servidumbre, aunque esta hubiese se hubiese abolido, se conservaba el huasipungo y esa visión señorial de los dueños de la tierra frente a los indígenas. Ese Ecuador ya no existe ahora, no existe el latifundio y el dueño de la tierra, pero en cambio, hay industrias, empresas de carácter capitalista, que tienen otros sistemas de dominación social y política y económica. Entonces, la Casa no puede mantenerse con el mismo espíritu que tuvo en sus comienzos. Ahora necesita enfrentar nuevos retos, en nuevas condiciones históricas. Esto es lo que se necesita reconocer y nos exige pensar profundamente el rol que debe jugar actualmente la Institución.

P.- Esa nueva situación se expresa en el Sistema Nacional de Cultura, del que se habla ahora?

R.- No estoy tan convencido de eso. Ahora ya no podemos discutir ese tema, porque es un planteamiento que está establecido en la Constitución, aunque hasta ahora no se ha llegado a darle ni estructura ni consistencia. Hace algunos años, cuando Galo Mora fue ministro de Cultura, me pidió que le acompañara con asesor suyo y me encargó que diseñara el Sistema Nacional de Cultura. Después de haber pensado mucho, concebí una especie de “sistema planetario”, en el que un ministerio de Cultura pequeño cumplía el papel de sol y la fuerza de gravedad estaba representado por las políticas culturales, que mantenían el equilibrio del sistema, pero las órbitas pertenecían a las instituciones culturales; cada una debía moverse en su propia órbita, sin estorbar ni sobreponerse a las demás y cada una debía marchar a su propio ritmo, de acuerdo a sus propias modalidades. La coordinación que venía del Ministerio, habría asegurado, al mismo tiempo, una adecuada coordinación para la mejor

utilización de los recursos y, al mismo tiempo, habría permitido que cada institución conservara su personalidad. Sin embargo, Galo Mora, salió pronto del ministerio, al igual que yo y el siguiente ministro ya no tuvo interés en este proyecto, y más bien lo olvidó, le dio la vuelta y el resultado fue un proyecto de ley que incluso los assembleístas de Alianza País lo encontraron malo.

P.- En ese sistema planetario, cuál habría sido la posición y el papel que le habría correspondido a la Casa de la Cultura, dada su larga experiencia en el quehacer cultura del país, quizá el de planeta mayor.

R.- En cierto sentido, sí. Era el planeta mayor, tenía la órbita más importante, digámoslo así, tomando en cuenta que es una institución no solo con una larga experiencia, sino que está presente en toda la República, la Casa tiene núcleos en toda la República, aunque ahora -son males que a veces tenemos que tolerar- los núcleos han querido ser independientes y autónomos, cada cual por su lado, creo que era necesario y sigue siendo necesario salvar la unidad de la unidad de la Institución y que haya una adecuada coordinación del trabajo de ellos, en lugar de que cada uno haga lo que puede, a su manera y por su lado, debería haber una coordinación del trabajo y esto ofrecería a la cultura una infraestructura que no tiene competencia en el país, ninguna otra institución puede exhibir la infraestructura, los recursos y la experiencia que tiene la Casa de la Cultura. De manera que, para la gestión cultural me parece que es la institución fundamental.

P.- Dadas las circunstancias actuales, en las que de alguna manera está plantea la existencia de un Sistema Nacional de Cultura, cuál es la posición que le cabe a la Casa de la Cultura y cuál su función.

R.- Ya he dicho cual es la posición que debería tener en un Sistema Nacional de Cultura, pero no estoy seguro que en el actual proyecto de ley se le asigne ese papel. Al contrario, por razones que no logro comprender –sin duda, son razones fundadas en una defectuosa información y en una acumulación de malas experiencias recientes, que olvidan las buenas experiencias pasadas- parece que hay una animadversión a la Casa de la Cultura, en cierto momento, incluso, se ha querido reducirla a espacio público, es decir, poner lo locales de la Casa, a disposición del Ministerio de Cultura, lo cual significaría matar una obra

fundamental. Las obras que van marcando el desarrollo de un país, son obras que no deberían morir, lo cual no significa que deberían ser siempre las mismas. Es feo poner ejemplo, sobre todo si hay que poner ejemplos de Europa, me digo: qué sería Francia sin su Academia, que viene desde el siglo XVIII y a nadie se le ocurre que la de hoy, es la misma que fue fundada por Luis XIV, es absolutamente diferente. En México, el Instituto Nacional de Bellas Artes, que es una institución extraordinaria, fabulosa, no es la misma de su fundación, se van transformando las instituciones, de acuerdo a las exigencias de los tiempos, y es lo que le corresponde a la Casa de la Cultura. Si en tiempos recientes, la Casa no ha podido ajustarse plenamente a las exigencias del tiempo, no hay razón para desaparecerla, más bien, es importante robustecerla, apoyar las iniciativas valiosas que existen dentro de ella, esa voluntad de transformación, de cambio que existe hoy en la Casa de la Cultura y proyectarla como contribución a la totalidad del quehacer cultural. Hay que recordar que todo lo haga la ley tiene que referirse a instituciones culturales. En realidad, no debería haber una Ley de Cultura sino una Ley de Instituciones Culturales, porque el Estado no puede legislar sobre la cultura, la cultura es algo que nace espontáneamente en el seno de las relaciones sociales, ese conjunto de creencias, de modos, de costumbres, de formas de vida, de valores, que se van plasmando en obras que nacen espontáneamente. Esto no puede legislar el Estado, esto se encuentra más allá de las competencias del Estado. Lo que éste puede hacer es legislar la vida de las instituciones culturales, cuya función es hacer posible el cumplimiento de una obligación del Estado frente a la cultura, que es la de financiar las actividades culturales.

P.- Dadas las condiciones actuales del país y de la Casa de la Cultura, como le ve a esta institución en el futuro.

R.- En este momento no estoy seguro sobre su futuro, porque todavía no se define con claridad cuál es la intención de la ley que está en curso de aprobación, pero independientemente de lo que pretenda hacer esa ley, si el Gobierno insiste en mantener el Ministerio de Cultura, la Casa tendría que ser una institución de primera línea que coadyuve a la ejecución de políticas culturales. El Ministerio de Cultura debe ser una institución muy pequeña, que no haga gestión cultural, sino que se dedique a dictar políticas, suministrar fondos, coordinar acciones y nada más. La gestión cultural, el

fundamento de la gestión cultural del Estado debería estar en la Casa de la Cultura Ecuatoriana.

P.- Cómo mira los planteamientos que ha hecho la actual administración de la Casa de la Cultura respecto a lo que debe ser la gestión de la Institución. Su presidente ha hablado de democratización de la gestión Casa de la Cultura, de libertad creativa.

R.- Yo estoy a favor de esos planteamientos, porque son planteamientos que han caracterizado a la generación a la que pertenece el Presidente de la Casa, a la que también pertenezco. La primera vez que se habló de democratizar la Casa de la Cultura fue en 1966, cuando cayó la Junta Militar que había intervenido en la Casa y pedimos al gobierno de Clemente Yerovi Indaburu que reformara la Ley que estaba vigente en ese entonces y cuando no fuimos muy oídos por el Gobierno nos tomamos la Casa de la Cultura en Quito y en todas las provincias. Fue en aquel momento cuando hablamos de democratizar la cultura y fue en la ley de 1966 que se introdujo una nueva modalidad para la designación de miembros de la Casa. Antes, los miembros eran nombrados uno por uno, estaban contados y había uno por cada actividad de la cultura: literatura, ciencias jurídicas, ciencias históricas, etc. , es decir, eran los consagrados. En la Ley de 1966 se abrieron las puertas y todo aquel que era poseedor y podía demostrar haber hecho una obra cultural de calidad tenía derecho a ser calificado como miembro de la Casa. Entonces, se transformó la estructura interna de la Casa. Sin embargo, con esa estructura, nuevamente, se ha caído, a veces, en ciertos momentos que no son gratos en el recuerdo, en el manejo de grupos que quieren utilizar la Casa como si fuera un botín. Frente a esto, es necesario volver a insistir en la democratización de la Institución, y la democratización no solo tiene que limitarse a admitir como miembros a todos los que han hecho algo valioso en la cultura sino también en el destinatario de la obra de la Casa. La Casa de la Cultura debe estar mucho más abierta. Democratizar la Casa de la Cultura no es vulgarizar la cultura, no se trata de rebajar el nivel de la producción cultural de la Casa para acomodarse al mal gusto de un público alienado, más bien se trata de desalienar a la gente que está bombardeada por propaganda, por cultura enlatada; a esa gente hay que desalienarla y llevarla a tomar contacto con la cultura más valiosa que produce el país. Ecuador es un país culturalmente rico, en el sentido de que es un país de gran variedad de expresiones culturales, que es necesario

aprovecharlas, potenciarlas, hay que potenciar esas virtudes culturales, esa capacidad natural que tienen los ecuatorianos. Se juntan tres ecuatorianos y por allí tendrá que aparecer una guitarra y se pondrán a cantar, es algo espontáneo, natural; el talento de las manos, es inigualable, se puede encontrarlo en todas partes. Estas cosas hay que potenciarlas. Sabemos que todo lo mejor que el Ecuador ha producido está hecho con las manos: vaya a ver los templos quiteños, el arte de nuestros pintores y escultores, el arte de nuestros artesanos que hacen maravillas y siempre las han hecho. En los colegios, se responde a eso? Con el afán de meternos ciencias y ciencias, los chicos de las escuelas apenas reciben dos horas diarias de dibujo, que ahora ni siquiera es creativo sino técnico. Es decir, en la escuela se está mutilando la habilidad de las manos, en vez de potenciar la habilidad de las manos.

P.- En esas expresiones de las que usted habla estarían las culturas urbanas...

R.- Todas las culturas, las indígenas, las urbanas. Indudablemente, hay una gran variedad de culturas. Yo no soy partidario del chauvinismo, de cerrarse a las influencias extranjeras y de pretender que haya una cultura nacional químicamente pura. Creo que toda cultura está sujeta a intercambios, a contagios, préstamos, incluso a aprovechamientos de otras culturas, no hay cultura que sea pura, ninguna; las culturas crecen y se enriquecen por el contacto con las demás culturas. Ahora estamos abiertos al mundo, no podemos mirar todas las ventanas que nos abre la tecnología actual, estamos abiertos al mundo y estamos recibiendo constantemente un enorme influjo de distintas culturas mundiales, pero asimismo, nuestras culturas originales tienen que aprovechar esas ventanas tecnológicas para abrirse al mundo y esto es importante que haga la Casa de la Cultura. Creo que una buena coordinación con el Ministerio de Cultura haría posible que el Ecuador pueda potenciar su capacidad de producción cultural y pueda exportar cultura, no solamente importarla.

P.- Considera usted que un Sistema Cultural pone en riesgo la libertad de creación?

R.- No necesariamente. El sistema en sí mismo, puede ser bien manejado, puede servir como un soporte institucional para la fluidez de los fondos destinados a la cultura. El peligro no está tanto en el sistema mismo, sino en cómo se lo maneje, eso está librado a las corrientes que estén dominando la vida del Estado. Si por desgracia, Ecuador cayera en

manos de una derecha facista, enseguida nos podrían en gran apuro a las instituciones culturales.

P.- En el pasado se consideraba al arte, a la cultura, en el campo intelectual, que el papel de los artistas, los literatos, de los intelectuales, en la sociedad el de compromiso. Cabe seguir pensando ahora en ese papel, o cuál es la función de esos sectores en el momento que vive el país.

R.- Por una propuesta editorial que tengo he estado revisando viejos ensayos míos para hacer una recopilación de ellos. He estado viendo dos aquellos que he escrito con la idea del compromiso y la responsabilidad social del escritor, el artista, etc. Este fue un tema dominante en los años 60, a partir de la Revolución Cubana. Pero la idea del compromiso nació en el año 1948, cuando Sartre escribió esa célebre introducción a los tiempos modernos. La idea del compromiso, en sí mismo, es sumamente compleja y desgraciadamente no fue asimilada en toda su complejidad y se le redujo a un aspecto muy secundario y ni siquiera deseable. Esencialmente, el compromiso es carácter que nace de la naturaleza del lenguaje, que compromete a quien lo usa, no hay palabras inocentes. Cuando hablamos del lenguaje incluimos también el lenguaje plástico, del movimiento y todos los lenguajes artísticos, Digamos, para atenernos a lo más claro, ya la vieja lengua castellana había acuñado un refrán hace muchísimo tiempo: “palabra y piedra suelta no tienen vuelta”. Entonces, quien dice una palabra, es responsable de la palabra que dice. Entonces, nadie le puede decir a un escritor o a un artista, cuál debe ser su función, nadie tiene autoridad moral para darle órdenes a un artista y decirle este es su papel y esto es lo que tiene que hacer, él no es un empleado al que se le pueda dar órdenes, el artista es soberano de su propio arte, es libre de dar a su arte la orientación y la forma que quiera y, si algunos que quieran comprometer su arte en la lucha por tales o cuales reivindicaciones sociales, es su libertad la que está comprometiéndose, y si hay alguien que quiere dedicarse a juegos verbales gratuitos, puede hacerlo. El asunto es que nadie puede hacer las cosas que hace, sin responder por ellas. Ese es el compromiso que uno tiene, el compromiso de responder por lo que cada uno hace. Entonces, yo no entiendo bajo el concepto de literatura o arte comprometido, un arte al servicio de un partido político o una causa política determinada,

eso ya depende de lo que el autor quiera, pero arte comprometido es un arte en el cual, el creador se hace responsable de su creación.

P.- Si posible hablar de momentos de la cultura, cómo podríamos caracterizar el momento que están viviendo la cultura y el arte en el país.

R.- Diría que estamos experimentando un fenómeno de transición, estamos experimentando un fenómeno en el cual se entrecruzan muchas influencias que están llegando actualmente, estamos en este período que se asemeja a una crisis de adolescencia. A veces podemos experimentar ciertas vacilaciones en cuanto a qué hacer y cómo hacer, de parte de cierto tipo de creadores que tienen una extracción social muy definida, muy concreta: provienen de alta clase media, hay mucha tendencia a la experimentación, pero también a la “internacionalización” de la producción cultural y artística, pero hay otros creadores que, más bien, están pensando que tienen que incorporar dentro del suyo, otros lenguajes que son tomados de los grupos indígenas o afrodescendientes. Creo que todas esas experimentaciones son válidas, lo importante es que todas sean hechas de buena fe. Lo que no se puede soportar y lo que el arte nunca va a perdonar es el snob, es decir la gratuidad, tampoco permitirá las falsificaciones. Hay quienes incurren en eso, por ejemplo, en el campo de la música he visto que hay quienes incurren en este y pueden obtener éxitos en el extranjero con falsificaciones. Esas creaciones, no tienen porvenir, lo que hace que una obra tenga porvenir, que sea una obra definitiva es su capacidad de autenticidad.

**Anexo No. 4 Rendición de Cuentas Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión
2013**

LA NUEVA CASA

Compañeros y compañeras, distinguidas autoridades, permítame hablar en nombre y representación de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, de su Matriz, de sus 23 Núcleos provinciales y de los miles de miembros que pertenecen a esta Institución a lo largo y a lo ancho del país.

Un gusto tenerles aquí, porque se que han venido las personas que aman esta Casa, que aman la cultura, y como dije en la invitación personal que les hice, cada uno de ustedes son parte indispensable de ese todo extraordinario que agita la patria, ahora más que nunca y que se expresa en Nuestra América: la cultura.

Es decir esa llama permanente y transversal que se bifurca por todos los rincones del saber humano, por todas las expresiones de los pueblos, la cultura que nos identifica y nos integra, la forma que tenemos de amar, de respetar la memoria de nuestros héroes y heroínas, de honrar nuestras luchas de liberación del siglo XIX como un Patrimonio Cultural, de multiplicar el pensamiento de Espejo, de Mejía, de Montalvo, de Alfaro, de Peralta. La forma como estamos recogiendo ese pensamiento, la forma como nos insertamos en la revolución, la manera que tenemos de descubrir y asimilar nuestra propia identidad, la actividad que desplegamos para enfrentar las burdas expresiones neocoloniales del imperio, la defensa de nuestra soberanía, esa cultura que se expresa la calle, en el barrio, en la comunidad, esa inteligencia que anda suelta, como un viento bueno, esa inteligencia que se vuelve contagiosa, como decía Pepe Mujica, y nos alerta ante el enemigo, y nos solidariza con el hermano, y nos llena de lealtad con el amigo porque toda lucha de liberación es un patrimonio cultural.

Así nos lo han dicho los adelantados de la palabra que han visitado esta Casa, Fidel Castro, José Saramago, Evo Morales, las madres de la plaza de mayo, Rigoberta Menchú, Rafael Correa, y el inolvidable comandante Hugo Chávez Frías que nos enseñó a permanecer

alertas ante la ignominia de las fuerzas neocoloniales, del imperialismo y la derecha internacional, que ahora mismo intentan dar un nuevo golpe de estado en su patria. (Desde aquí, desde este lugar abierto al mundo, nuestra solidaridad y nuestro compromiso con la Revolución Bolivariana.)

Se está regando ya la voz de que esta es una Nueva Casa, porque ha olvidado su condición elitista con la que nació hace setenta años, y se ha transformado en un espacio público descentralizado, democrático, incluyente, cuyo mensaje se replica en los 23 Núcleos Provinciales de cada rincón de la patria, es decir, donde trabajamos todos, colectivamente, a fin de inventar las condiciones necesarias, para que surjan los miles de artistas que deambulan con su maravilla oculta, invisibilizados por una sociedad alienante, cruzada infamemente por el espectáculo mediocre, por las burdas aspiraciones del mercado del entretenimiento, por los grotescos prototipos de comportamiento que no nos pertenecen.

La cultura, como la expresión más rica y sabia del pueblo. La esencia viva y permanente de la convivencia humana, de la relación que establecemos con el otro, con la naturaleza y con las expresiones de la sensibilidad y del espíritu revolucionario, porque pensamos, junto a B. Brecht, que nuestro país, cualquier país, necesita de la cultura, del arte, para hacer practicable lo que políticamente es justo

En ese sentido, siempre he dicho que es un motivo de satisfacción, de felicidad, aquello de que se construyan grandes escenarios, grandes espacios públicos, pero siempre será un motivo de preocupación que esas construcciones materiales, no vayan de la mano con la construcción del ser humano. Es decir, construir grandes teatros mientras los teatreros se mueren de hambre, grandes espacios públicos mientras el artista ecuatoriano no tiene donde presentarse, grandes hospitales mientras el artista mendiga una receta y ha llegado a su mayoría de edad sin seguridad social. Cantidad de inteligencias perdidas, talentos desperdiciados por falta de oportunidad.

El ser humano, antes de todo. Así lo ha dicho nuestro Presidente, el ser humano antes del capital. Es decir, no una cultura del espectáculo, sino una política cultural que dignifique, aliente, proteja al artista auténtico, al artista diverso, a la rica expresión multicultural e intercultural. No necesitamos una persona, sino una personalidad colectiva, porque la

interculturalidad es una sociedad integrada. Es disfrutar y aceptar distintas formas de saberes, integrarnos con nuestros propios saberes. La cultura está. La cultura no muere. La cultura se lleva en las venas. La interculturalidad es una forma de vida y de respeto al otro. No hay culturas mejores o peores. Todas son reales, diferentes, dialécticas, necesarias.

La cultura nace y vive antes de los estados y de los gobiernos, muchas veces en contra de ellos, como en el caso del Chile de Pinochet o la Argentina de Videla, la cultura es lo que queda cuando se ha olvidado todo, dije alguna vez. Entonces tenemos que comprometernos en alimentar a la Revolución ciudadana, a no dejarla coja o manca sin la revolución cultural, porque en ella se expresa lo bueno para el pueblo, lo noble, lo bello, lo útil, lo necesario para alimentar su espíritu, todo aquello que ahora esta recogido en el Sumak Cawsay, la filosofía del buen vivir que viene de lejos, de los tambores y los cóndores, de nuestra ancestralidad donde el ser humano era el eje de la vida en total armonía con la naturaleza.

Con Gabriel Cisneros, nuestro Vicepresidente, nos propusimos muchas cosas para enfrentar el adormecimiento de una sociedad repleta de elementos culturales alienantes y mediocres, lo estamos cumpliendo al pie de la letra y lo hemos cumplido en el período del que estamos hablando. Permítanme enumerarles:

- Integración de la CCE, de acuerdo a la Constitución vigente, al Sistema Nacional de Cultura, como un espacio de diálogo y debate capaz de coordinar, fortalecer y apoyar proyectos nacionales, desde la promoción, difusión y producción de los mismos.
- Defensa de la soberanía cultural.- La Casa de la Cultura Ecuatoriana ha permanecido atenta siempre a posesionar, respetar y multiplicar la singularidad y la memoria de nuestro proceso histórico y cultural ecuatoriano.
- Apoyo irrestricto a los proyectos que armonicen y enriquezcan la interculturalidad y el respeto a sus diversidades, reconociendo la libertad y autonomía de las culturas y sus expresiones intrínsecas.
- Estimular la comprensión de una conciencia social de respeto y preservación de la biodiversidad, del patrimonio cultural tangible e intangible de nuestro país.

- La Casa de la Cultura Ecuatoriana seguirá como nació, incluyente y libre. La autonomía de gestión nos permite y obliga el ejercicio responsable y dinámico del quehacer cultural en beneficio de la comunidad y nos alienta a defender la libertad de pensamiento de sus actores culturales.
- Propiciar y fortalecer el crecimiento de los Núcleos Provinciales, sin descuidar su presupuesto y promoviendo la creación de Extensiones cantonales que multipliquen el quehacer cultural de cada provincia. Para ello también se ha garantizado la profesionalización de los trabajadores de la Institución en los diversos campos de la gestión cultural.
- Procurar la igualdad de oportunidades para crear, difundir, disfrutar en libertad de los bienes de la cultura, estimulando la creatividad y su difusión nacional e internacional.
- Consolidar a nivel nacional e internacional la presencia de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, mediante una permanente y dinámica actividad cultural dentro y fuera del país, propiciando la creación de la mayor cantidad de Núcleos en los diferentes países del mundo, especialmente donde existe gran concentración de compatriotas, a fin de evitar el desarraigo cultural, trabajando junto a ellos, alimentando proyectos de cooperación internacional.
- Hemos creado talleres con coordinadores profesionales, en los diferentes géneros artísticos, entre otros, literatura, teatro, danza, pintura, escultura, etc. y los hemos consolidado en todos los Núcleos del País. De igual manera se han fortalecido los espacios creados anteriormente como El Área de la Mujer, la Unidad de Televisión, Conjunto de Cámara, Cinemateca Nacional y se ha apoyado el desarrollo de los grupos de teatro que funcionan dentro de la Institución.
- Se han mantenido abiertos permanentemente los espacios de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, desde una política incluyente que protege y alienta a todos los grupos sociales que deseen expresarse, sin ningún tipo de discriminación.

Todo eso y mucho más detallado y pormenorizado, es lo que ustedes encontrarán en este informe al pueblo ecuatoriano y que corresponde al año 2013.

Ahora permítanme hablar de una manera general, de los espacios públicos, agregadores de valor, que contienen esta Casa. El compañero Gabriel Cisneros, Vicepresidente de la Institución, será más puntual con el power point que presentará seguidamente, y próximamente entregaremos una publicación detallada. Empezaremos con la CINEMATECA, dirigida con mucha pasión y talento por la compañera Wilma Granda y su equipo reconocido en todo el país.

Como todos saben, la CCE es custodia de un enorme patrimonio constituido por sus edificaciones históricas, sus colecciones de arte etnográficas, colonial, moderna, contemporánea, instrumentos musicales, archivos documentales, fílmico sonoro, audiovisual y sus fondos bibliográficos.

La Cinemateca entre ellos, contiene el acervo fílmico más grande, quizá de Nuestra América. En este año nomás, nos fueron donados más de mil doscientos bienes audiovisuales, entre largometrajes, cortos en formato de cine y en video. Libros, revistas, trípticos, folletos, catálogos, volantes, periódicos, afiches, etc. Estos materiales alimentan la consulta pública, con cerca de dos mil usuarios. Todos los días visitan estudiantes y público en general, nuestras salas de patrimonio fílmico, allí pueden ver las películas que quieran, y hasta duplicarlas en Dvd, sin costo alguno.

Se ha actualizado la cronología del Cine Ecuatoriano y se han encontrado 818 nuevas fuentes. Cualquiera persona tiene al alcance de la mano, la película ecuatoriana que desee, imágenes ecuatorianas recuperadas desde 1922.

En la Sala de Cine Alfredo Pareja Diezcanseco, se ha realizado una programación diaria, no solamente con las mejores películas ecuatorianas, con sus estrenos, sino con las películas más publicitadas de Nuestra América. El enlace, la colaboración con las Embajadas amigas, nos ha permitido realizar sendos Festivales, traer a los mejores directores de cine, dictar talleres extraordinarios, como el que ahora dicta aquí el gran cineasta cubano Gerardo Fernández.

No nos ha faltado la presencia de Sebastián Cordero, de Tania Hermida, de Camilo Luzuriaga, de Mateo Herrera, de Víctor Arregui, de Viviana Cordero, de Pocho Álvarez, de Fernando Mielles, Tito Jara, Manolo Sarmiento (el de QUIENES MATARON A ROLDOS)

y la extraordinaria documentalista de (María Fernanda Restrepo) Directores extranjeros como Giorgio Diritti, de Italia, Esteban Larrain de Chile, Sylvain Georges, de Francia, o Juan David Correa , de Bogotá, han estado con nosotros.

Colaboraciones fraternas con el Consejo Nacional de Cine, dirigido por un amigo entrañable, Juan Martín Cueva, con las Embajadas de A. Latina, con organizaciones sociales, nos ha permitido realizar festivales como el de la Primera Vitrina de Cine Latinoamericano. Esa filosofía de trabajar juntos, nos ha dado posibilidad de desarrollar programas como el Festival de Cine Documental EDOC, el Festival de Cine para niños, con el Consejo Consultivo del Plan Nacional, con la Asociación de documentalistas, con la Universidad Politécnica Salesiana, con el colectivo LGBTI, con la Fundación EQUIVIDA, con PROCODIS por discapacidades visuales, con la Fundación 8 y medio, con el Ministerio del Deporte, etc.

En definitiva se han proyectado 467 filmes, 46 películas ecuatorianas. La consulta pública la han visitado en ese período 1.729, y han asistido a nuestra Sala de Cine 58.644 espectadores, con un servicio gratuito.

De igual manera, vamos por el tercer número de la revista 25 WATTS, la única revista de cine en el Ecuador, y cuyo nombre hace referencia a una brillante película realizada por jóvenes uruguayos y que nos permite reflexionar sobre las expectativas de la juventud en Nuestra América.

BIBLIOTECA (Katia Flor)

La Biblioteca Nacional guarda casi todo de lo que sobrevivió de una de las más importantes bibliotecas coloniales de toda América del Sur, la del Colegio Máximo de San Ignacio de Loyola de la Compañía de Jesús. Luego de la expulsión de los Jesuitas, los fondos bibliográficos constituyeron la primera biblioteca pública del país, inaugurada en 1.792. Eugenio Espejo, compañeros, fue su primer director. En el fondo jesuita tenemos 8.000 libros y de ellos 8 incunables, como LA HISTORIA DEL MUNDO, de HARTMANN, escrito en idioma Latín. También queremos reproducir, con la ayuda de la Embajada de Francia, LA FLORESTA AMERICANA, de Aimé Bonpland.

26 mil usuarios han sido atendidos en el año pasado, 9 mil consultas de libros y cerca de 300 mil solicitudes de periódicos y archivos. La Biblioteca posee cerca de 150 mil títulos. Aquí contamos con acceso gratuito a Internet y otros servicios, pero, desgraciadamente, la falta de fondos, no solamente no nos ha permitido enriquecer su fondo bibliográfico, (apenas con donaciones) sino que su actual situación estructural corre grave peligro. Un cortocircuito, una inundación, como las que ya se han producido, la humedad permanente, las condiciones peligrosas en que trabajan esos héroes desconocidos para el mundo, podrían desaparecer en un instante nuestra memoria histórica.

Tenemos fe, en que llegará el día en que nuestro Presidente, visite por primera vez todo el complejo estructural de esta CASAS DE LA CULTURA, que cumple ahora 70 AÑOS de servicio ininterrumpido a la Patria.

EDITORIAL (Patricio Herrera)

Siempre he considerado que la Editorial de la Casas de la Cultura, su imprenta, es la columna vertebral de la institución. Desde aquí se genera y multiplica el pensamiento de la patria. Por eso hemos tenido especial cuidado en mantener una política editorial seria, con un Consejo de redacción múltiple, que pueda informar de acuerdo a la temática, sus insinuaciones y sus puntos de vista. Hemos creado algunas colecciones y ya en el 2013 se empezaron a enriquecer esas colecciones con las propuestas de los escritores y pensadores que confían en el profesionalismo y en la ética de su equipo de producción de libros y revistas. Las colecciones creadas son:

Esenciales (grandes escritores y escritoras de la patria, clásicos, como Jorge E. Adoum, Icaza, Pedro Jorge Vera, Pablo Palacio, Nelson Estupiñán Bass, Enrique Gil Gilbert

Letras Claves (escritores y escritoras que continúan vigentes, como Eliécer Cárdenas, Jorge Dávila, Iván Eguez, Abdón Ubidia, Euler Granda, Fernando Cazón Vera)

Casa Nueva (escritores y escritoras cuyos primeros libros empiezan a causar revuelo: Cecibel Ayala, Belén Muriel, Juan Secaira, Luis Alberto Bravo.

La Casa de los niños (literatura infantil)

Yachana (Temas de interculturalidad). Wilman Ordoñez, María Eugenia Paz y Miño A propósito, hemos creado dos nuevas secciones, estas son, del pensamiento ancestral, cuyos miembros son antropólogos, doctores, sociólogos, Sanadores espirituales, shamanes, etc. y la sección de Gestores Culturales que ha sido la promotora de un sinnúmero de Seminarios que hemos realizado en varias provincias del país.

Colección Terra Nostra (Escritores del mundo)

Revistas: Caza Palabras de literatura y arte

Letras del Ecuador, en preparación

Casa adentro (para los trabajadores conocernos mejor)

25 Watts. Revisita de Cine

FERIAS: CUBA, CHILE, México, COLOMBIA. En la feria de Cuba fuimos escogidos para participar en el programa internacional de Tv y Telesur junto a Freii Betto y Estafanía Cazoli, dirigente de las Madres de la Plaza de Mayo.

En el período que tratamos, se han entregado 38.000 libros en calidad de donación a 472 instituciones y bibliotecas del área rural y urbana, de todos los rincones de la patria.

TEATROS (William Núñez)

En la Casa tenemos varios grupos de teatro. Quizá los mejores, con quienes mantenemos un convenio en el que básicamente nosotros les concedemos los espacios y ellos su creatividad, su imaginación y su arte, que a menudo viaja por los 23 Núcleos del Ecuador. Ellos son:

Fundación Espada de Madera

Patricio Estrella

Fundación Mandrágora

Susana Nicolalde

Grupo Contraelviento

Patricio Vallejo

Grupo de Teatro Manicho

Mauricio Estrella

Los Perros Callejeros	Héctor Cisneros
Frente de Danza Independiente	Wilson Pico
Grupo de Teatro El Cronopio	Guido Navarro
Grupo de Teatro Guagua Pichincha	Irina Gamayunova
Grupo ZERO NO ZERO	Beatriz Vergara
Grupo de Teatro La Buena Compañía	Luis Cáceres
Grupo de Artes Escénicas El Triciclo	Wilson Sandoval

La Casa mantiene una extraordinaria infraestructura que hay que cuidarla y protegerla diariamente. Sin un dólar para inversión en el presupuesto, hemos hecho magia para conservarlo y servir al público de Pichincha. Tenemos el Teatro Nacional, el Teatro Ágora, el Teatro Prometeo, el teatro Demetrio Aguilera Malta, las Salas Benjamín Carrión y Jorge Icaza. El colectivo infantil Guagua Pichincha, la Escuela de Arte Dramático, recientemente creada como un paso adelante del Teatro Ensayo, dirigido desde hace cincuenta años por Antonio Ordóñez, el Ballet Ecuatoriano de Cámara, dirigido por Rubén Guarderas, el grupo internacional Jacchigua, dirigido por el maestro Rafael Camino. El Área de la Mujer “Nela Martínez”, donde se han realizado tertulias y conversatorios, talleres de formación artística, exposiciones.

Todo esto constituye el espacio público de la Casa, un espacio de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad, y una ventana para el arte y la cultura internacional. Más de 1.500 eventos y cerca de un millón de usuarios en el 2013.

Nuestra mayor esperanza es poder replicar los eventos más significativos en todos los Núcleos Provinciales. Lo hemos hecho con algunos pero necesitamos una mayor cobertura que siempre entraña un mínimo presupuesto y la necesidad de que cada Núcleo Provincial tenga un local adecuado para esas actividades.

Hace dos meses, para visibilizar la Casa y para poner a prueba la entereza, la imaginación y la solidaridad de los gestores culturales con respecto a la Casa, realizamos una FIESTA DE LA CULTURA que se llamó HECHO EN CASA, donde participaron más de 1000 actores culturales y lo visitaron como 20 mil personas. Canto, cine, danza, música, mesas redondas, teatro, teatro infantil, magia, recitales de literatura, todo en un solo día y con un sinnúmero de escenarios al aire libre, dentro de la Casa, sin ningún costo y con el apoyo solidario de quienes han dedicado su vida a las múltiples expresiones del arte, y que siempre han sido humillados y ofendidos, olvidados y ofendidos por gobiernos anteriores. Otra fiesta de igual naturaleza, con la participación de las 23 provincias de la patria, la realizaremos en Agosto de este año, en el aniversario 70 de la Casa que soñó Carrión, sueño que nosotros queremos prolongarlo.

MUSEOS (Guido Díaz)

Contamos con Salas para todos los gustos y todos los tiempos. Desde el Museo de Instrumentos Musicales, pasando por el Museo Etnográfico, al Museo de Arte Moderno. Recordemos que en su sala principal se realizó hace pocos meses la exposición y la presentación del libro JOAQUIN PINTO/ ALBUM PARTICULAR 1882, que ha sido considerada como la mejor exposición de los últimos tiempos. Salas cuyos nombres reverencian el legado de grandes artistas ecuatorianos: Eduardo Kingman, Oswaldo Guayasamín, Víctor Mideros, Ramiro Jácome, Miguel de Santiago, y el bellissimo Museo de Arte Colonial, ubicado en el Centro de Quito, y que lo hemos restaurado y lo queremos poner a punto este año, porque guarda el acervo colonial más importante del país y quizá de América Latina.

INSTRUMENTOS MUSICALES

En el Museo de Instrumentos Musicales “Pedro Pablo Trasversari” rodeados de espinetas del siglo XVIII, de virginales del siglo XVII, de violas, salterios, bandolas, mandolinas, guitarras, se producen tres conciertos didácticos a cargo del grupo CAMERATA creado en este año, utilizando los instrumentos recuperados en nuestra gestión. Más de 1.000 Instrumentos musicales, partituras, discos antiguos, etc. se exhiben al público y es visitado diariamente.

En todos estos espacios, en el año 2013 se realizaron 35 eventos: 5 exposiciones temáticas, seis autorales, 19 promocionales y 2 educativas y de difusión, entre pintura, grabado, fotografía, escultura, conciertos didácticos, etc. visitados por cerca de 40.000 personas.

Aquí se realizan también los talleres vacacionales y el concurso para niños y jóvenes SALON NACIONAL DE PINTURA INFANTIL CARLOS RODRÍGUEZ, que ha llegado a su quinta edición, con la participación de 380 niños a nivel nacional y que constituyen la reserva pictórica del Ecuador.

Los datos técnicos y objetivos de lo que les digo a vuelo de pájaro, los dará seguidamente, nuestro Vicepresidente, el escritor Gabriel Cisneros.

Aquí también hemos firmado convenios interinstitucionales con el Municipio de Quito, para realizar exposiciones en sus espacios públicos, con la Asamblea Nacional, donde, a pedido de la compañera Gabriela Ribadeneira, ambientamos ese espacio con bellas obras de arte entregadas en calidad de préstamo, y con varias Instituciones y Embajadas que requieren nuestros servicios profesionales, México, Rusia, Bolivia.

MEDIOS DE DIFUSION (Rodrigo Rangles)

Sabemos la importancia que tiene la comunicación en el mundo moderno. Por ello hemos trabajado en la creación de un sistema integrado de comunicación que abarca televisión, radio, impresos y redes sociales. Hemos difundido en el período más de 300 mil piezas promocionales. El Banco del Estado debía entregarnos para este objeto, un préstamo no reembolsable de 421.000 dólares, notariado, aprobado y firmado, pero no lo ha hecho por un impedimento impuesto a última hora por el señor Ministro de Cultura actual.

En todo caso, se ha trabajado con un centenar de medios nacionales y extranjeros y nuestra página web registra más de cien mil visitas.

Tenemos una radio AM y está en proceso en el Ministerio de Telecomunicación, la adjudicación de una frecuencia para Radio FM.

No sé, ni quiero saber, que rencor personal contra la Institución, le alienta al Ministro Velasco para cerrarnos sistemáticamente todas las puertas, para ahogarnos

económicamente, porque nada se puede mover en el Ministerio de Finanzas sin su consentimiento. Yo le he conocido únicamente cuando fue radiodifusor, y admiro su lealtad política en el 30-S, pero tengo noticias de que hace unos días, en su rendición de en el Banco Central de CUENCA y en una rueda de prensa en Macas ha dicho con mucho entusiasmo que la Casa de la Cultura desaparecerá a partir de julio de este año. Debe tener una idea extraordinaria para borrar de un plumazo lo que se ha hecho en Setenta años.

En todo caso, nosotros seguiremos leales al proyecto político liderado por el Presidente Correa y permaneceremos atentos a los acontecimientos.

En relación al presupuesto, hasta decirles que ni en ese período, ni en éste, hemos tenido en el presupuesto ni un solo centavo para inversión, cosa que quizá nuestro Presidente no lo sabe. A pesar de que teníamos un sinnúmero de proyectos para cada uno de los núcleos provinciales, aprobados pro SENPLADES y otros organismos legales, a pesar de que eran proyectos de arrastre, aprobados paso a paso, por cada uno de los 5 señores Ministros que han pasado por la cartera de CULTURA y que alcanzaban a DIEZ MILLONES DE DOLARES en total. Finalmente nos entregaron 200 mil dólares.

Y sin embargo, compañeros y compañeras, con una situación económica desastrosa, que es de conocimiento público en los 24 Núcleos, porque la Matriz constituye el núcleo de Pichincha, hemos tenido que inventar recursos, para no alimentar la cultura de la queja, para no dar dolores de cabeza a nadie, inventar recursos y solidaridades permanentemente, para mantener nuestros escenarios dignos, al servicio de la comunidad, porque este es el mejor espacio público para expresar nuestro pensamiento en libertad, para discutir y reflexionar sobre la política y la historia, sobre la literatura y las artes. Espacio idóneo y democrático que también ha sido escogido por los compañeros y compañeras que actualmente sirven a la revolución ciudadana y al país, para rendir sus cuentas a la patria. Aquí han estado Ministros de Estado, como nuestro querido amigo Gustavo Jalk, el Fiscal General de la Nación Galo Chiriboga, la Concejal Luisa Maldonado, las Asambleístas: María Carrión y Blanca Argudo, entre otros, que ha confrontado con la comunidad su gestión, sus responsabilidades, sus deberes, desde esta Casa que es la Casa de todos, que es la Casa del pueblo.

Solamente como un ejemplo les diré un resumen del presupuesto codificado del año 2013. Únicamente de la Matriz, porque los 23 Núcleos reciben los recursos fiscales directamente del Ministerio de Finanzas, sin pasar por la Matriz. La razón? No la sé, hasta allí no llega mi sabiduría: (cuadro)

De todas maneras, lo que no podemos perder nunca es la esperanza.

Para terminar les diré algo personal: yo soy un escritor, un hombre sencillo, que ha trabajado cincuenta años para la cultura de este país, desde tres lugares. La Universidad Central, El Consejo Provincial, como Asesor Cultural de Gustavo Baroja y en la Casa de la Cultura Ecuatoriana.

Mis afanes culturales se han replicado en mi mujer, Michita, mis dos hijas, y mis cinco nietos. ¿Qué más puedo pedir? Hago lo que me gusta, no necesito ningún cargo público, ningún beneficio económico, tengo solucionada mi vida. Pero considero mi obligación, mi responsabilidad, como lo es de cada uno de ustedes, de defender este espacio público de pensamiento y reflexión.

No creo que hayamos tenido que esperar 70 años de clausuras y cierres impuestos por dictaduras militares, para que un gobierno revolucionario, cuyo proyecto hemos defendido y seguiremos haciéndolo, se equivoque con respecto a su autonomía de Gestión, que es transparente, inclusiva y multitudinaria.

