



FACULTAD DE COMUNICACIÓN
ESCUELA DE PERIODISMO

Estudio del concepto de cultura y de periodismo en esa área para la difusión de la agenda de eventos artísticos de Quito, a través de un programa de radio.

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos para optar el título de Periodista

Profesor Guía:
Mgt. Alfonso Espinosa

Autor:
Andrea Medina Donoso

Año:
2010

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

.....

Alfonso Espinosa

C.I. 1709923005

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

.....
Andrea Medina Donoso

C.I. 1720946274

RESUMEN

Este trabajo se ha hecho con el fin de analizar el desempeño del periodismo cultural, en Quito. Luego de dar clara explicación a varios conceptos que se han utilizado, como el de cultura, periodismo cultural, agenda cultural y el análisis de la oferta cultural en la ciudad, se plantea una propuesta.

En el primer capítulo se analiza la primera variable, que abarca al esclarecimiento del concepto de cultura. Luego de una breve revisión de este concepto a lo largo de la historia, se establece una definición apropiada para este trabajo, que se relacione con el periodismo. He partido de la teoría de la Escuela de Frankfurt, con la que se analiza también la relación de las industrias culturales con la comunicación.

En el segundo capítulo se define lo qué es y qué tarea cumple el periodismo cultural en nuestra sociedad. Se estudia el objetivo de este tipo de periodismo con el aporte de los conceptos de varios autores. Se concluye con un monitoreo del trabajo actual que desempeña el periodismo cultural en los medios tradicionales.

En el tercer capítulo se analiza la situación actual de la agenda cultural en la ciudad. En esta se hace un inventario de los productores de cultura en la capital, de los lugares donde se desarrollan los eventos y la frecuencia de los mismos. También hay un breve análisis de los medios en los que se publican los eventos culturales y la importancia que tiene esta difusión para la ciudadanía.

El proyecto es la elaboración y ejecución de un programa de radio que tenga como eje a la agenda cultural de Quito. Y como parte de la presentación de éste producto están cinco programas de audio de cinco minutos cada uno, como demostración del programa radial, de toda una semana.

ABSTRACT

This work has been done in order to analyze the work and the performance of the cultural journalism, in Quito. After giving clear explanation to several concepts that have been in use, as that of culture, cultural journalism, cultural agenda and the analysis of the cultural offer in the city, an offer appears.

In the first chapter there is analyzed the first variable, which it includes to the clarification of the concept of culture. After a brief review of this concept along the history, there is established a definition adapted for this work, which relates to the journalism. I have departed from the theory of Frankfurt's School, with which there is analyzed also the relation of the cultural industries by the communication.

In the second chapter there defines what is and what task fulfills the cultural journalism in our society. There is studied the aim of this type of journalism by the contribution of the concepts of several authors. One concludes with a monitoring of the current work that it recovers the cultural journalism in the mass medias, in Quito.

In the third chapter there is analyzed the current situation of the cultural agenda in the city. In this one there is done an inventory of the producers of culture in the capital, of the places where there develop the events and the frequency of the same ones. Also there is a brief analysis of the means in which are published the cultural events and the importance that has this diffusion for the citizenship.

The project is the production and execution of a program of radio that has as axis to the cultural agenda of Quito. And as part of the presentation of this product there are five audio programs of five minutes each one, as demonstration of the radial program for all the week.

ÍNDICE

	Introducción	1
1.	Capítulo I Definición de la palabra cultura	3
1.1	¿Qué se entiende por cultura?	3
1.2	Acepciones de cultura	5
1.2.1	La cultura en la historia	6
	La cultura en los Imperios Romano y Griego	7
	La cultura en la Edad Media	8
	En la Ilustración	9
	La cultura en la Edad Moderna	10
1.2.2	Cultura popular	15
1.2.3	Cultura masas y cultura de las élites	17
1.2.4	Cultura como conjunto de manifestaciones artísticas	19
1.3	La cultura y el periodismo	20
1.4	Escuela de Frankfurt	20
1.4.1	La industria cultural del siglo XX	23
2.	Capítulo II Periodismo cultural	25
2.1	Algunas definiciones	25
2.2	Objetivos del periodismo cultural	29
2.3	El tratamiento de la cultura por los medios de comunicación tradicionales	30
2.3.1	En televisión	31
2.3.1.1	Programas de cultura	32
2.3.2	En prensa escrita	32
2.3.2.1	Segmento de la agenda cultural	33
2.3.3	En radio	34
2.3.3.1	Lenguaje para radio	35
2.3.3.2	Emisoras y programas de cultura en frecuencia modulada	35
2.3.3.3	Publicidad y costo de cuñas	40
2.3.3.4	Horario de transmisión de los programas culturales	42
2.3.3.5	Contenido de los programas culturales	42
2.3.4	Revistas y boletines	44
2.3.5	Internet: informativos culturales virtuales	45
2.3.5.1	Blogs culturales	46
2.3.5.2	Redes sociales	47
2.4	Efectos de la escasez de difusión cultural sobre la ciudadanía	48
2.4.1	Responsabilidad de los medios	48

3. Capítulo III	Oferta cultural y agenda de eventos	51
3.1	Actividad cultural cosmopolita	51
	Cronología	51
3.2	Estrategias de difusión de actividades culturales	57
3.2.1	Publicidad directa de los actores culturales	57
3.2.2	Municipio de Quito: Quito Cultura	58
3.2.3	Difusión cultural independiente	59
3.3	Agenda Cultural	60
3.3.1	¿Qué contiene una Agenda Cultural?	60
3.3.2	Difusión en Quito	61
3.3.3	Protagonistas de eventos culturales	61
	Teatro	61
	Música	62
	Danza	62
	Artes plásticas	62
	Cine	62
	Literatura	63
	Otras actividades	63
	Cuadro de actividades	63
3.4	Escenarios generales	65
3.4.1	Museos	65
3.4.2	Centros culturales	66
3.4.3	Cafeterías y otros escenarios	66
3.4.4	Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión	67
3.5	Quito, Patrimonio Cultural de la Humanidad	67
3.5.1	Importancia para Quito el nombramiento de la UNESCO	68
3.6	Quito y la importancia de la actividad cultural	69
4. Capítulo IV	La desinformación cultural en la ciudad es otra falla del periodismo	71
4.1	Enfoque y alcance	71
4.2	Población y muestra	72
4.3	Elaboración de los instrumentos	73
4.4	Formato de las entrevistas y entrevistado	73
4.5	Conclusiones	75
4.6	Formato de la encuesta	76
4.7	Tabulación de encuestas	78
4.8	Conclusiones	84
4.9	Recomendaciones	85
5. Capítulo V	Propuesta: Un programa de radio sobre la Agenda Cultural en Quito	86
5.1	Naturaleza del proyecto	86

5.2	Planteamiento del problema y justificación	87
5.3	Objetivos	89
5.4	Resultados	90
5.5	Lugar donde se elabora el proyecto	91
5.6	Grupos o metas participantes del proyecto	91
5.7	Metodología del proyecto	91
5.8	Cronograma	92
5.9	Recursos humanos y materiales	92
5.10	Presupuesto	94
5.11	Estudio de factibilidad	94
5.11.4	Análisis del campo de fuerzas (FODA)	95
5.12	Estudio Técnico	97
5.13	Estudio jurídico	100
5.14	Estudio social	101
5.15	Estudio de la capacidad institucional	102
5.16	Estudio financiero	103
5.17	Estudio de mercado	106
	En primera fila, agenda cultural interactiva	109
	Viabilidad	114
	Bibliografía	115
	Anexos	119

INTRODUCCIÓN

Las diferentes manifestaciones culturales que se desarrollan en Quito se han multiplicado en los últimos años. La creación de nuevas entidades públicas y privadas encargadas de velar por este desenvolvimiento, lo confirman. La oferta cultural diaria en la ciudad es variada, e incluso sobrepasa los límites urbanos del Distrito Metropolitano.

Pero, el conocimiento total o parcial de esta oferta, no está al alcance de la mayor parte de la ciudadanía quiteña. Los gestores culturales han buscado nuevas alternativas de comunicación y difusión, porque no hay un espacio adecuado en los medios de comunicación masiva.

Las agendas que se publican en los medios no cubren la totalidad de los eventos que suceden en la ciudad, todos los días. A más de eso, ésta reducida agenda es meramente informativa y no oferta detalles sobre quienes la realizan.

Este vacío se puede explicar debido a varias razones, que pueden estar relacionadas con la falta de conocimiento de conceptos básicos. Por ello, en esta investigación es imprescindible la explicación y el estudio sobre conceptos como cultura y periodismo cultural.

En el imaginario colectivo se tiende a relacionar la cultura con las bellas artes y estratos sociales altos. Esta visión se ve reflejada en el tratamiento de los temas culturales, por parte de los medios de comunicación; se observa en las secciones, y en los programas culturales audiovisuales. El tratamiento que muchos de los medios le dan a la agenda o a la diversidad cultural carece de un contexto y de explicaciones.

En nuestra ciudad, las manifestaciones así como los gestores de la actividad cultural siguen multiplicándose, pero no sucede lo mismo con los espacios

comunicacionales. Estrategias como el grafiti y ahora las redes son parte de la alternativa por la que han optado quienes crean productos culturales.

Pero los medios aún pueden darle a la cultura el protagonismo que tienen otros segmentos o secciones. La creación de espacios es posible porque la ciudadanía todavía los requiere. A esta conclusión se llegó después de las encuestas realizadas a un reducido grupo de personas, que sugiere la existencia de estos segmentos. Luego de estas se determinó que los medios tradicionales deben otorgar estos espacios.

Pese a que los nuevos medios que han sobresalido con el acceso al Internet, la ciudadanía continúa escuchando radio, viendo televisión y leyendo el periódico. Gracias a esto –con datos corroborados en las encuestas realizadas-, se crea un programa de radio, cuyo eje es la publicación constante de la agenda cultural capitalina.

El programa radial “En Primera fila”, se presenta como la nueva alternativa en la comunicación de temas culturales y artísticos. Nuevas y juveniles voces brindan e informan todo lo concerniente a la oferta cultural de Quito, acompañados de buena música, nuevos segmentos y entrevistas.

Este programa es parte de la demostración de lo que el verdadero periodismo cultural debe hacer para motivar la realización de expresiones culturales, y para brindarle a la ciudadanía lo que necesita saber sobre quienes se dedican al arte.

Capítulo I

Definición de la palabra cultura

En este primer capítulo se esclarecerá el concepto de cultura, desde su significado etimológico hasta una breve revisión diacrónica del entendimiento de esta palabra a lo largo de la historia.

1.1 ¿Qué se entiende por cultura?

El concepto de cultura tiene varias percepciones y se acopla de acuerdo a la visión con la que se estudia. Lo más común es la asociación de esta palabra con las manifestaciones del ser humano, la educación y la antropología.

Dentro de esta ciencia, que según Patricio Guerrero en su libro **La Cultura** toma como objeto principal de estudio a la misma, esta es posible mientras existan seres humanos que la produzcan. Es decir que desde esta perspectiva se podría afirmar que la cultura es el conjunto de manifestaciones que crea el ser humano, pero aquel que vive en sociedad.

“La cultura hace referencia a la totalidad de prácticas, a toda la producción simbólica o material resultante de la praxis que el ser humano realiza en sociedad dentro de un proceso histórico concreto”.¹ Patricio Guerrero resume así, que la cultura no es más que un conjunto de creencias y manifestaciones del ser humano.

Cultura es un “complejo total, que incluye conocimientos, creencias, artes, leyes, moral, costumbres y cualquier habilidad adquirida por el hombre cómo miembro de la sociedad”.²

¹ Guerrero, Patricio (2002): Aproximación a una estrategia conceptual de la cultura. La Cultura. Ediciones Abya Yala. Quito, Ecuador. 35 Pág.

² Guerrero, 2002: 35 Pág.

Según este mismo texto, la asociación de la cultura con los niveles de educación de una persona es la confusión más frecuente sobre su verdadero significado.

Austin Millan Tomas, en su obra *Para comprender el concepto de cultura* comenta que, por ejemplo, la cultura es para muchos una expresión o manifestación de las bellas artes. De aquí surge la interpretación de una persona culta, como aquella quien conoce sobre el arte o está muy instruida en el tema. Por esta razón se define que aquellas personas que no tengan este tipo de conocimientos son incultas o carentes de cultura.

Se relaciona también a la cultura con el “culto”, la idealización religiosa que fue determinante en la edad media. El “culto” a los dioses. Se asocia cultura con buenos modales, entendiéndose al “culto” a todo aquel que es refinado y tuvo acceso a la educación. Se asocia cultura a costumbre, lo cotidiano y lo diario.

Y por último se asocia a cultura con civilización. Los “cultos” son los civilizados, los que tienen la razón.

De la misma manera, Millan Tomas afirma otro tipo de confusión del término tiene que ver con los pueblos que son desconocidos para la gran parte de la sociedad, y que, por estas razones, son carentes de cultura.

Significado etimológico de la palabra cultura

Según Austin Millan, la palabra cultura proviene del término latín *cultūra* o *colere*. Este término podría significar varias cosas como habitar, cultivar, proteger y honrar con adoración. Posteriormente se dio a cada una de estas significaciones un término propio: habitar es *colonus*, honrar con adoración es *cultus* y cultivar en la tierra se quedó con la terminación *cultivar*.

De esta manera se resume que el primer significado de esta palabra estaba asociado con la labranza y la tendencia al crecimiento natural. Así se confirma después con la lengua castellana, la misma que liga el cultivo con el conocimiento.

En castellano la palabra cultura estuvo largamente asociada a la labor de la labranza de la tierra, significando cultivo cuando se reconocía que una persona sabía mucho se decía que era cultivada.³

En el texto *La Cultura* de Patricio Guerrero también se indica que cultura proviene del término latino *colere* que significa cultivar, pero se dice que en un comienzo si se asociaba esta palabra con la actividad humana y agrícola del cultivo. Se añade que esta percepción no sólo afirmaba que cultura tiene que ver con la agricultura, sino que al ser esta actividad un común en las comunidades rurales, la cultura es contraria a la civilización.

1.2 Acepciones de cultura

Partiendo del concepto que Patricio Guerrero le da a la palabra cultura, al afirmar que es el producto de las actividades del hombre que vive en sociedad, se puede explicar la importancia que tiene un análisis polisémico de la misma.

“Una aproximación a una estrategia conceptual de la cultura debe hacérsela desde perspectivas que muestren sus dimensiones contra hegemónicas [.]”⁴

Cada enfoque que se tenga del término corresponde a la percepción de un miembro de la sociedad. Debido a los diferentes puntos de vista con los que se ha estudiado el significado de la palabra cultura, este concepto es indefinido para las ciencias sociales. De acuerdo a la percepción desde la que se quiere ver, la cultura puede significar varias cosas, porque hay algunos tipos de lo que se podría llamar cultura.

³ Austin, Tomas (2002): Etimología y usos del concepto de cultura. Para comprender el concepto de cultura Área de Antropología. Chile 2000. [versión en PDF]

⁴ Guerrero, 2002: 85 Pág.

Para la antropología, en este caso y cuya esencia es la cultura, este concepto está relacionado a las manifestaciones del hombre y lo mismo sucede con la sociología, estética y hasta la psicoanalítica, como afirma Austin Tomas.

Estas definiciones particulares son las diversas acepciones que tiene la palabra cultura, que también se ajustan al contexto de cada época en la que se habló por primera de vez de este término.

Por ello es importante hacer una breve revisión del concepto de cultura en ciertos períodos de la historia, aunque es común la relación que se le dio al término con la educación, a lo largo de la historia.

1.2.1 La cultura en la historia

Patricio Guerrero afirma que para entender el verdadero concepto de cultura según las necesidades individuales de cada persona, es trascendental analizar “los cambios que impone la dialéctica socio histórica”.⁵

La cultura como una construcción dialéctica se explica porque los seres humanos quienes son los que la producen, son seres concretos que la producen en base a una realidad que está en transformación constante. Se traduce a la cultura como el resultado de esa realidad que está viviendo el hombre en determinado momento.

Es importante estudiar este concepto de manera histórica incluso para poder entender mejor el significado que se la ha dado a la cultura en la actualidad. Por esta razón la historicidad es una de las características de la cultura. Así lo asegura Guerrero, quién afirma que toda cultura debe ser siempre histórica. Esto se explica porque cada momento de la historia, en el que participa el ser humano debe estar reflejado en una cultura. Y conocer la cultura de cada época es lo que hace a un período distinto del otro.

⁵ Ibíd. 85 Pág.

Ninguna construcción cultural producida por la humanidad deja de estar atravesada por la historicidad, todas son el reflejo de condiciones socio históricas concretas.⁶

La cultura como una forma de comportamiento

En la obra de Austin Tomas, se afirma que los orígenes de la palabra cultura están ligados al comportamiento del ser humano, es decir como algo externo a él. Desde aquí ya se puede hablar de una asociación de esta palabra con la educación, debido a que la forma de actuar de un ser humano era el reflejo de lo que había aprendido en un proceso de socialización durante el crecimiento. Se determinaba el nivel de cultura con la forma de actuar.

Originalmente la cultura fue entendida y explicada como un conjunto de construcciones, presiones y acondicionamientos externos al ser humano, (las formas de comportamiento y otros aprendizajes durante la socialización del niño), que fijaban o determinaban pautas de conducta como adulto...⁷

La cultura en los Imperios Romano y Griego

La primera vez que se utilizó e hizo pública la palabra cultura fue en el Imperio Romano, específicamente en la obra *Disputas Tusculanas* escrita por Marco Tulio Cicerón, jurista, filósofo y orador. Cicerón elaboró este diálogo que se trata de un estudio filosófico sobre la reflexión de la felicidad, en este relato cita la cultura *animi* que significa cultura del espíritu.

Se puede definir que el primer concepto que surgió sobre la cultura en Grecia es aristocrático, debido a que está ligado a la clase social más alta de aquel Imperio, y por ende es un acceso limitado para pocos. En el artículo de Angelo Altieri se dice que esta acepción de cultura se puede calificar como naturalista por que no se puede hablar de cultura mientras se la relacione

⁶ *Ibíd.*, 85 Pág.

⁷ Austin, Tomas (2002): *Etimología y usos del concepto de cultura*. Para comprender el concepto de cultura Área de Antropología. Chile 2000.

con alguna actividad que no esté destinada a alimentar la mente o el espíritu del hombre, como las actividades que ellos consideraban vulgares o mundanas.

Más tarde en Grecia, Aristóteles se refiere a la cultura desde un enfoque antropológico, relacionándola más con el hombre. Esta es la primera ocasión en la que se habla de una cultura más racional y por ende antropológica. Se vuelve a citar a la polis en referencia al hombre que habita en ella, y asevera que ese es el mundo social o el mundo de la razón. Patricio Guerrero indica que así se relacionó al hombre con la filosofía, la razón y la cultura. Se dijo que la filosofía es la cultura de la razón humana. “La cultura desde la perspectiva aristotélica es vista como ese saber que permite al hombre discernir acertadamente acerca de todo”.⁸

La cultura en la Edad Media

En esta parte de la historia nuevamente se vuelve a relacionar a la cultura con el arte, la ciencia y la Filosofía, pero ligada siempre a la religión que fue el eje que rigió la vida en esta época. Lo más cercano a la cultura en la Edad Media es la relación que se da al vínculo con el único Dios, al utilizar las terminaciones culto religioso.

La cultura en el Renacimiento

El contexto que rodeaba al Renacimiento, luego de haber salido de una época de obscurantismo, es la corriente humanista. Se presenta un renacer de la razón humana que se había perdido con la teología y esta pasa a formar parte de un elemento sustancial en la vida de los hombres.

Patricio Guerrero se basa en el concepto prevaleciente del Renacimiento (humanitas), habla de una cultura objetiva y subjetiva. La cultura es producto

⁸ Guerrero, 2002: 37 Pág.

de la razón humana la misma que permite la manifestación de lo que piensa y siente el hombre a partir de ese momento en la historia.

La palabra *humanitas* significaba la educación del hombre como tal, como ser espiritual. “En el humanismo, tal concepto se perfeccionó, al reconocerse en la elocuencia y en los estudios literarios...”⁹

En la Ilustración

El movimiento de los Iluministas que se formó en el Renacimiento (siglo XVIII) vuelve a retomar el concepto de cultura que surgió en las primeras civilizaciones. Una vez que se ha reconocido a la razón humana, se empieza a definir a la cultura como un producto de ese pensamiento, un cultivo del espíritu. El concepto de cultura abandona su sentido aristocrático para volver a la percepción naturista.

El contexto social y político en el que se crea esta percepción está marcado por una serie de cambios de sistemas políticos, tales como la expansión y la colonización.

Es importante rescatar la visión que Hegel, uno de los representantes de la Ilustración, tiene sobre la cultura. Se dice que fue Hegel quien se refirió a la cultura como un producto del espíritu humano, en especial de las sociedades que están civilizadas.

A partir de esta visión se empieza a agrupar las costumbres, tradiciones, pensamiento o el lenguaje de un determinado grupo de personas, como parte de su cultura. Este significado es el que rige para los nuevos estudios sobre la cultura y otras ciencias. La cultura se vuelve en un sinónimo de civilización, refiriéndose a los lugares donde ha llegado la ciencia.

⁹ *Ibíd.*, 37 Pág.

Prácticamente es en este momento de la historia donde surge el verdadero concepto de cultura, al definirla como un producto del ser humano y una agrupación de varias manifestaciones del mismo. Más adelante podremos ver que este concepto se asocia mucho a la idea antropológica de la cultura. Mario Teodoro Ramírez en su artículo 'Ilustración y Cultura, Kant y Hegel: dos modelos del concepto de cultura en la Filosofía moderna', publicado en la revista de Filosofía 'La Lámpara de Diógenes', comenta que la cultura y la Ilustración son como dos sinónimos.

Esto resulta claro si recordamos que el proyecto ilustrado de emancipación de la humanidad mediante el conocimiento y las artes –mediante la cultura en una acepción restringida del término- supone una concepción del hombre como producto del proceso histórico y cultural –ahora en un sentido amplio de cultura abarcando todas las instituciones de la vida humana.¹⁰

La cultura en la Edad Moderna

Una vez que se definió gracias a la Ilustración que la cultura es un producto o una expresión del hombre, surge la visión antropológica de la cultura, que es lo opuesto a la naturaleza. A partir de 1700 ya se pensó en crear una ciencia cuyo objeto de estudio central sea la vida del hombre.

En este período aún no surgía la idea de relacionar la cultura con lo popular y el folklore, como es entendido también en la actualidad. Otros autores determinan que es a partir del siglo XVIII que se deja de hablar de lo que llaman “alta cultura”, para empezar a tratar a la “baja cultura”.

El político y economista francés **Anne Robert Jacques Turgot**, barón de Laune, más conocido como Turgot (1727-1781), fundador de la escuela de pensamiento económico de la fisiocracia, fue uno de los que aportó a la creación de esa visión progresista de cultura. Indicó que “el hombre posee un infinito tesoro de signos que le permiten conservar las ideas adquiridas,

¹⁰ Ramírez, Mario, (2007) Ilustración y Cultura, Kant y Hegel: dos modelos del concepto de cultura en la Filosofía moderna en revista de Filosofía La Lámpara de Diógenes, N° 14 /15- 2007

comunicarlas y transmitir las a sus sucesores como una herencia continuamente creciente”.¹¹ Y es este el primer concepto evolucionista de cultura, que fue tratado posteriormente a partir de 1.900.

La visión antropológica de la cultura se mantiene y a mediados de 1.800 los primeros estudiosos de esta ciencia definen a la cultura como un complejo que abarca el conocimiento, costumbres, tradiciones, la razón y la moral del hombre. Ya no se habla solo de una alta cultura, sino que se abren las posibilidades de relacionar la cultura a los pueblos, que según la Ilustración, no son civilizados.

La percepción de la cultura que la asociaba con los pueblos civilizados del antiguo continente va tomando una nueva dimensión en la Edad Moderna. Ya con una nueva visión progresista de la cultura, empieza a surgir la idea de reconocer a cada pueblo su propia cultura. Como muestra de ello está la teoría del filósofo y teólogo alemán **Johan Goofried Von Herder** (1744 – 1803) quién plasma en su obra “Filosofía de la historia humana” que cada pueblo crea su propia cultura de acuerdo a su posición geográfica e histórica.

Para Herder cada pueblo es dueño y creador de su cultura. Nace así lo que él llamó el “espíritu del pueblo que se manifiesta en todas las instituciones de una nación”.¹² Todo lo que crea un pueblo es parte de su espíritu o de su *volksgeist* y es lo que lo diferencia una nación de otra.

De la misma manera es Herder quién separa los conceptos de cultura y civilización, definiendo a la cultura como el progreso general de todo género humano y a la civilización únicamente como la parte material del mismo.

Es Herder quién también habla por primera vez de “las culturas” debido a que la cultura es una característica de varias sociedades. Es así que la

¹¹ Guerrero, 2002: 40 Pág.

¹² Guerrero, 2002: 41 Pág.

cultura va evolucionando al dejar de ser el reflejo exclusivo de las clases dominantes de la humanidad, para llegar a ser la característica fundamental de las diversas sociedades. Incluso es en esta parte de la historia en la que se vuelve a ligar al arte con la cultura, pero ya no como sinónimos.

Según Herder, la poesía por ejemplo ya no es de un autor individual, sino de todo un pueblo que influye ese espíritu de poeta; a partir de aquí también se va estableciendo de a poco que la cultura es una cualidad del ser humano, para quién tiene que haber una ciencia específica que se encargue de estudiar ésta y otras características de su comportamiento.

Es importante también mencionar la influencia de los estudios que realizó el pensador alemán **Friedrich Wilhelm Nietzsche** (1844 – 1900) sobre el concepto de cultura. Así como Herder, Nietzsche rechaza la idea de hablar de cultura como la cualidad de las personas que tienen varios conocimientos y la define como un “resultado del acto de varias personas”¹³ o de la voluntad de todo un pueblo. Para el filósofo alemán la cultura es el centro del pensamiento y es a partir de la misma de la que surgen otras cosas como el arte, la ciencia y otro tipo de saberes. La cultura se crea como voluntad, porque la van creando o es un invento de los seres humanos a medida que se van expresando y ya no es algo que está hecho o que ha ido evolucionando. La voluntad del hombre es incluso la razón de ser de la existencia humana, según su teoría. Surge así la necesidad de crear no sólo una cultura, sino un lenguaje, formas de expresión, entre otros.

Gracias a este aporte se añade la diversidad al concepto de cultura debido a que cada grupo de personas y cada ser humano crea o se expresa de manera distinta; cada quién tiene su propia cultura. Este concepto es también un reflejo de la importancia que iban adquiriendo las sociedades que antes no las consideraban civilizadas. El contexto de la época permite

¹³ Guerrero, 2002: 41 Pág.

dar más trascendencia a las naciones individuales, por ello Nietzsche empieza a hablar de la no causalidad y la particularidad.

Poco tiempo después va creciendo la idea de concentrar en una ciencia todo lo que concierne al hombre. Por ello, es importante también citar el concepto que le dio el antropólogo inglés **Edward B. Taylor** (1832 - 1917) a la cultura. En 1871 en su obra *Primitive Culture* uno de los primeros conceptos contemporáneos de la misma:

...todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre. La situación de la cultura en las diversas sociedades de la especie humana, en la medida en que puede ser investigada según principios generales, es un objeto apto para el estudio de las leyes del pensamiento y la acción del hombre.¹⁴

Años más tarde surgen otras definiciones más funcionalistas sobre la cultura, dadas en su mayor parte por expertos en antropología y sociología. Citando una de ellas está el aporte del sociólogo y politólogo francés **Maurice Duverger** (1917). Afirma que cultura es la agrupación “de maneras de actuar, de pensar y de sentir, constituyendo los roles que definen los comportamientos expresados de una colectividad de personas”.¹⁵

Entre otras de las tantas definiciones de cultura dadas en los últimos años se pueden rescatar las siguientes:

- **Marvin Harris** (Antropólogo estadounidense 1927 - 2001): La cultura alude al cuerpo de tradiciones socialmente adquiridas que aparecen de forma rudimentaria entre los mamíferos, especialmente los primates. Cuando los antropólogos hablan de una cultura humana, se refiere al estilo de vida total, socialmente adquirido de un grupo de personas.

¹⁴ Taylor, B.; Edward: Definiciones descriptivas de cultura. Formación del concepto moderno de cultura. Versión en PDF

¹⁵ Vargas, José: La perspectiva sociológica. La culturocracia organizacional. Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Ciencias sociales. URL:

<http://www.eumed.net/libros/2007b/301/perspectiva%20sociologica%20de%20la%20cultura.html> Descargado 03/11/09

- **Cluade Lévi Strauss** (Antropólogo francés 1908 – 2009): Es quien define el concepto estructuralista de la cultura. Según esta teoría la cultura es un mensaje puede ser decodificado tanto en sus contenidos, como en sus reglas. El mensaje de este término indica una concepción del grupo social que la crea y al que pertenece. Strauss define que el hombre posee una infinita capacidad para crear símbolos y signos que forman parte de su cultura; estos signos son clasificados en la mente humana de una forma semántica.
- **Leslie White y Julian Steward** (Antropólogos estadounidenses, 1992) Integrantes de la corriente neo evolucionista de la Antropología. Definen a la cultura solo como uno de los ámbitos de la vida social. Para esta teoría los hombres deben aprovechar su entorno para crear su cultura, que está desligada de la naturaleza.
- **Michel Crozier y Erhard Friedberg** (Sociólogos franceses, 1990): Definen a la cultura como el “instrumento y es capacidad que adquieren, utilizan y transforman los individuos al tiempo que construyen y viven sus relaciones y sus intercambios con los otros.”¹⁶

Otra de las teorías sobre la cultura que merece ser mencionada es la del antropólogo estadounidense **Clifford Gertz** (1926 -2006), quién dio uno de los primeros aportes para el estudio de esta desde la Antropología. Según su obra, ‘La interpretación de las culturas’, la cultura es un “sistema de concepciones expresadas en formas simbólicas por medio de las cuales la gente se comunica, perpetúa y desarrolla su conocimiento sobre las actitudes hacia la vida.”¹⁷

¹⁶ Ibíd. Vargas José

¹⁷ Biografía de Clifford Gertz, Enciclopedia virtual Wikipedia, URL:
http://es.wikipedia.org/wiki/Clifford_Geertz Descargado 03/11/09

1.2.2 Cultura popular

A pesar de la evolución del concepto de cultura persiste todavía en la actualidad una leve idea de ligarla al nivel de educación de los miembros de una sociedad. Esta se suma a la diferencia entre las clases sociales, que pese a que también ha ido cambiando, todavía existe.

La nueva clasificación de estratos sociales que surgió a partir del capitalismo planteó un nuevo debate sobre la cultura y su verdadero significado. La percepción de asumir la cultura como un conjunto de creencias, ideologías, manifestaciones, entre otras actividades de todos los seres humanos, se hizo casi inexistente. Las clases sociales se relacionaron con los niveles de educación y a esta la asociaron con un mal llamado nivel de cultura.

Por esta razón –quienes defendían la estratificación social-, hablaron de una cultura popular, como aquella que caracterizaba a quienes pertenecían a las clases más bajas. De esta manera, se calificó que el grupo de personas pertenecientes a una clase socio-económica dominante, como lo indica el antropólogo Patricio Guerrero, serían quienes poseen una cultura “más sofisticada”. Y por lo contrario, los que están en una clase “dominada”, son quienes crean una ‘**cultura popular**’.

Este discurso se volvió a implantar con el incremento del consumismo y se ha difundido a través de los medios de comunicación masiva.

Antes de mencionar o definir lo que se dice ser cultura popular, es importante revisar otros términos que dieron un aporte para el debate entre cultura de masas y cultura popular.

Un concepto que sirvió como base para hablar de la cultura popular, es el de la cultura de la pobreza, creado por el historiador y antropólogo norteamericano **Oscar Lewis** (1914 – 1970). Lewis enfocó a la pobreza desde una mirada

antropológica y sintetizó este concepto. En sus estudios y publicaciones, señaló que deben existir varias características para determinar a la cultura de la pobreza. Estas características son demográficas, económicas, psicológicas, sociales y psicosociales. Para Lewis la pobreza es:

No es sólo un estado de privación económica, sino también algo positivo, un sistema de vida notablemente estable y persistente que afecta la participación en la cultura nacional de la forma más amplia y se convierte en subcultura.¹⁸

La cultura es el elemento que caracteriza a una clase de otra, o a los pobres de los dominantes. El tipo de cultura perteneciente a las clases dominadas –desde ese punto de vista-, carece de educación y valores. Según los dominados, su clase social opuesta no tiene la capacidad para incorporarse a lo que ellos consideran la verdadera sociedad; al no formar parte de ésta, definen que son los pobres los mismos causantes de su pobreza. Guerrero, por su parte, agrega que la desigualdad no se marca por patrones culturales sino por profundas desigualdades sociales.

Por esta razón se puede determinar que la cultura que producen los pobres no tiene validez dentro de la sociedad porque no pertenece a todos sus miembros, y porque quienes la crean no poseen altos niveles de educación. De este planteamiento se va derivando la primera noción que se tuvo de la cultura popular, que enfocándola desde esta perspectiva, es la cultura de la clase baja.

La definición de lo popular también es importante para establecer un concepto real de este tipo de cultura. Una de las características para poder calificar o llamar a algo como popular, es la tradicionalidad. A esta se le puede añadir lo que se hace manualmente o lo que se dice oralmente. Así lo asegura el investigador **Néstor García Canclini**, en su artículo ‘ni folclórico ni masivo’.

¹⁸ Aguirre, Jesús: Características de la cultura de la pobreza según Oscar Lewis. PDF en línea.

García señala que la base para entender a lo popular parte de la diversidad de las sociedades; es popular el indígena, el campesino, como las personas que habitan en la zona urbana, las artesanías y hasta la comunicación masiva.

El filósofo **Umberto Eco** también realiza un estudio sobre la cultura popular o cultura de masas. Señala que esta “tiene lugar en el momento histórico en que las masas entran como protagonistas de la vida social y participan en las cuestiones públicas”.¹⁹ Y es en este momento en el que se crea el conflicto entre quienes quieren involucrarse en los aspectos como las bellas artes, que las élites consideran ‘exclusivos’. Por esta razón se dice, que aquellos que desean formar parte de una cultura son los integrados; y ante este hecho, las élites adoptan una posición ‘apocalíptica’. Pero los integrados crean su propia cultura, fuera del concepto del arte clásico y ya conocido, gracias a la aparición de los medios de comunicación. Todo lo que se difunde por los medios de comunicación masiva se vuelven productos propios de una sociedad que recurre a ellos pasiva o activamente. Sin ser superior, la cultura de masas “simplemente se ha difundido entre masas enormes que antes no tenían acceso al beneficio de la cultura”.²⁰

1.2.3 Cultura de masas o cultura de las élites

El filósofo francés **Edgar Morin** establece que la cultura de masas está destinada inevitablemente al mercado y a la industria que depende del consumo masivo. De aquí que también surjan términos como el de la industria cultural, que es un hecho que caracteriza a la sociedad actual. Y para hablar de una cultura de masas y de una industria cultural, es importante hablar del rol que juegan los medios de comunicación masivos, también conocidos como mass media.

¹⁹ Eco, Umberto (2007): Apocalípticos e integrados. Editorial De Bolsillo, segunda edición. Barcelona, España. Pág. 47

²⁰ Eco, 2007: 69 Pág.

Aún así el filósofo Edgar Morin señala, en una entrevista, que la sociedad que ha pasado por el proceso de homogeneización no ha perdido del todo su cultura. Morin afirma que por llamarse cultura de masas, no deja de ser un tipo de cultura, que debe ser aceptada de la misma manera que el resto de cultura producida por otros grupos de la sociedad. El problema de la homogeneización recae en la excesiva concentración que la sociedad tenga en los conocimientos transmitidos por los medios y los adopte como la única verdad.

Lo que hay que evitar son las consecuencias de una excesiva concentración y la inevitable reducción de la diversidad. Esto es lo que hay que vigilar en la televisión, pero también en la prensa y en las agencias de información; éstas últimas son muy importantes. La televisión tiene un papel clave en la cultura.²¹

Por otro lado está la tesis de **Umberto Eco**, un poco más crítica a la cultura de masas, que a su criterio surge en la segunda mitad del siglo XX. Para Eco, hablar de la cultura de masas es hablar de medios de comunicación de consumo masivo. Cree también que los medios ponen al alcance de todos, muchos de los productos culturales que antes estaban restringidos para un público limitado. Este proceso lo califica como expansión del campo cultural.

Ante este evento expansivo de la cultura en la sociedad, Eco resalta la importancia que debe tener el estudio y el análisis del contexto donde se reproduce esa cultura de masas. Esto se refiere específicamente a la influencia que ejercen los medios de comunicación en la actualidad, que son actores fundamentales de la cultura de masas. Por ello resalta que la forma de pensar de muchos miembros que son consumidores de los mass media, están siendo culturizados de una misma manera. Y en este grupo se incluyen tanto los que pertenecen a las clases dominantes o a lo que él establece como populares.

El hecho de reproducir una serie de mensajes de forma masiva, no quiere decir que sean productivos, o realmente culturales. “Los medios proponen situaciones que no tienen ninguna conexión con la realidad de los

²¹ Entrevista a Edgar Morin, realizada por profesor de Teoría de comunicación de la Universidad de Pompeu Fabra, Enric Saperas. PDF en línea

consumidores. La cultura de masas ofrece expresiones culturales de la burguesía a los sectores populares".²²

En el texto 'Apocalípticos e Integrados', de Umberto Eco, se exhibe a través de varios ensayos otra visión de lo que podría llamarse una problemática de una expansión cultural. Los que pertenecen al grupo de los apocalípticos son los miembros de la clase dominante que todavía se oponen a que los productos culturales que ellos producen y consumen estén al alcance de toda la sociedad.

1.2.4 Cultura como conjunto de manifestaciones artísticas

Basándose en la percepción del concepto de cultura en la actualidad, bajo la cual se dice que la cultura es un conjunto de signos y significados expresados por el ser humano, se justifica la relación con el arte. Precisamente una de las mejores formas de expresión del hombre a lo largo de la historia ha sido el arte. Como ambos conceptos están cargados de símbolos y significaciones tienen varias similitudes.

Esta puede encasillarse como una visión semiótica de la cultura. Austin Tomas cita a Clifford Gertz, quién se refiere a la cultura como producción de los sentidos. Según Gertz, entender a la cultura de esta manera es comprender a la misma como "el sentido que tienen los fenómenos y eventos de la vida cotidiana para un grupo humano determinado".²³

Una vez entendido que el ser humano construye su medio con simbolismos y significados creados por sí mismo, se establece que la cultura se puede estudiar bien por sus manifestaciones o por sus representaciones. Y es en el campo de las manifestaciones en el que entra el arte, debido a que son las expresiones concretas y visibles de la cultura. El arte es la manifestación

²² Umberto Eco: Cultura de masas. URL:

<http://comunicacion.idoneos.com/index.php/336369> Descargado 10/11/09

²³ Tomas, 2002: El concepto actual de cultura

concreta de la misma, y puede ser vista a través de diversas formas, según Guerrero:

El campo de las manifestaciones corresponde al de los objetos, las artesanías, la música, la danza, las fiestas y ritualidades, la vestimenta, la comida, la vivienda, las prácticas productivas, los juegos, la lengua, las prácticas y discursos sociales, a través de cuya producción y circulación se dan las diversas formas de comunicación, de auto comprensión e interpretación de una sociedad.²⁴

1.3 La cultura y el periodismo

Para hablar de una relación entre la cultura y la comunicación, es importante revisar los aportes de la teoría de la Escuela de Frankfurt. Esta doctrina habla de la cultura en el capitalismo y su nuevo papel en la sociedad como uno de los instrumentos para el consumo y el mercado. Nacen aquí también los términos de **industria cultural**, como producto del nuevo rol que cumple la cultura y el arte que son tales, y se difunden, gracias a la comunicación de masas.

1.4 Escuela de Frankfurt

La Escuela de Frankfurt fue fundada oficialmente el 23 de febrero de 1923 en Frankfurt, Alemania. Este Instituto de Investigación Social fue creado por un grupo de comunicadores, psicólogos, economistas e intelectuales que seguían muy de cerca la doctrina marxista en Europa. Frankfurt instauró nuevas teorías sociales y políticas a partir especialmente de 1960, de la mano de **Max Horkheimer** y **Jürgen Habermas**.

Uno de los objetivos de Frankfurt –que también puede considerarse como una institución cultural-, era el estudio del progreso de la humanidad, sobre todo después del nazismo y las guerras mundiales. En medio de este contexto, Frankfurt desarrolla un estudio crítico del comportamiento de la sociedad; algo que se denominó después como la ‘Teoría Crítica’. Este estudio tuvo en un

²⁴ Guerrero, 2002. 79 Pág.

comienzo un carácter filosófico, más que comunicativo. Se basa en las teorías de Hegel, Marx y Freud, quienes establecen “una perspectiva pesimista en relación con los fenómenos culturales que se asociaban en la primera parte del siglo XX a la masificación de las comunicaciones”.²⁵

En esta Escuela ya se empieza a hablar de la cultura de masas, como resultado de la industrialización de la sociedad, tanto en el ámbito económico como en lo cultural. En este sentido, son los medios de comunicación quienes cumplen un rol fundamental para la permanencia y la difusión de la cultura de masas y de la cultura como industria o mercancía. A partir del estudio de la industria cultural, se plantea un concepto propio de lo que es cultura. Frankfurt analiza la transformación de la difusión de la cultura, que gracias a los medios se vuelve una industria y pierde de a poco el carácter artístico y la autenticidad. En un comienzo, los primeros estudiosos de Frankfurt adquieren una posición crítica de esta industrialización de la cultura en la actualidad.

La cultura según Frankfurt tiene sentido porque es a través de ésta que estudia y trata la diversidad del género humano, que ha vivido en un constante proceso de homogenización del poder.

La cultura ha sido utilizada desde que se creó el sistema capitalista como elemento ideologizante para mantener el poder, según Frankfurt. Una relación racista y clasista de la cultura, para esta escuela, responden a estas necesidades económicas que se viven en el nuevo sistema. Esta fragmentación ha creado la desigualdad y el clasismo en el que los únicos beneficiarios son los propietarios de los *mass media*. Por esta razón se cree que aquella persona que no utiliza los medios de comunicación no es culta.

Frankfurt comprende que no somos una sociedad homogenizada y necesita de la comunicación para nuestro desarrollo. Ya que esta Escuela estudia los

²⁵ Cultura Mediática: La perspectiva crítica. Los aportes de la Escuela de Frankfurt, URL: <http://cultura.wordpress.com/2009/02/28/los-aportes-de-la-escuela-de-frankfurt>
Descargado 03/12/09

efectos que ha producido la modernidad en los seres humanos a través de la comprobación científica, trata de estudiar el proceso dominante del poder sobre la sociedad a través del tiempo. Todo a partir de una ciencia.

Partiendo de esto se puede definir un concepto básico del periodismo cultural, como “la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación”.²⁶ Es el que integra un tiempo y un espacio, una historia y un contexto.

Esta escuela analizó la transformación cultural que vivió la sociedad capitalista, y crea conceptos como el de comunicación de masas o medios de comunicación masivos, que utilizaron a la cultura –ya sea elitista o popular-, para homogenizar a la sociedad. Esto explica por qué la cultura en la actualidad está en todos los estratos sociales y ya no solo en las clases económicamente poderosas.

Soledad Ruano López, profesora de comunicación social, detalla en un artículo que el cambio cultural de la sociedad se debe al periodismo y la comunicación en masa. De esta parte la industria cultural. Frankfurt, según Ruano, establece “una diferencia entre la cultura tradicional y la cultura industrializada; esta última como parte del modelo capitalista de producción, defendiendo la industria cultural como propia de la cultura de masas”.²⁷

La cultura, vista desde la perspectiva de esta Escuela y de los medios de comunicación depende en cierta parte de la difusión y de la permanencia de los medios masivos para ser difundida. Así tenemos al cine, la música, los libros, entre otros.

²⁶ Tubau, Iván (1982): Teoría y práctica del periodismo cultural. 35 Pág. 35

²⁷ Ruano, Soledad: Concepción clásica de la cultura: Escuela de Frankfurt, Cultura y Medios. De la escuela de Frankfurt a la Convergencia Multimedia. PDF en línea

En conclusión, se define que el objeto de estudio de Frankfurt es precisamente la institucionalización económica de la cultura y de los medios de comunicación.

1.4.1 La industria cultural del siglo XX

La cultura fue uno de los elementos de la vida social que se vio influenciada por el inicio del capitalismo. El consumismo, la industrialización y la competencia en el mercado, hizo que muchas actividades –y entre ellas las culturales-, se volvieran dependientes o adherentes a la variable del consumo.

Los artistas y otras manifestaciones culturales dejaron de crear nuevas manifestaciones por el simple gusto de expresarse ante un público que también guste del arte. Los espectadores se vuelven consumidores de cultura; una cultura que se exige cada vez en mayores volúmenes, que devinieron en una producción ‘en serie’ de productos simbólicos.

Piezas musicales, obras de teatro, películas y libros ya no se crean con el solo objetivo de deleitar a las multitudes, sino de satisfacerlas a cambio de algo. Los productos culturales “tienen un valor monetario además de un valor estético o moral, y es en función de aquel, que el mercado selecciona la oferta objetiva de productos culturales, así como también la posibilidad de producirlos”.²⁸

La transformación del fin de las manifestaciones culturales se aceleró en el siglo XX, con la aparición de los medios de comunicación masiva y las telecomunicaciones. Los medios venden y difunden las actividades necesarias que creen el público necesita a cambio de un mayor número de audiencia o de consumidores que pueden ofertar a sus anunciantes.

Dentro de este contexto, el elemento educativo de los medios y de las manifestaciones artísticas también se pierde, porque los productos culturales

²⁸ Portal: Escuela de Frankfurt: La Industria Cultural; Ensayo sobre la Industria Cultural.
<http://escuela-frankfurt.pais-global.com.ar/index.php/4838> Descargado: 29/05/10

que más se difunden son los que más se venden. Esto pone en juego el factor de la 'diversión' de las masas. Por ello los pensadores Habermas y Horkheimer señalan que "la industria cultural es la industria de la diversión".²⁹

Por estas razones es importante destacar que el papel de los medios de comunicación en la cultura y la difusión de expresiones artísticas es trascendental en la actualidad. Muchas de estas manifestaciones ahora son negocios. "Las industrias culturales no podían ser o seguir haciéndose pasar por arte cuando en realidad eran negocios".³⁰

²⁹ Op.cit

³⁰ Horkheimer M.; y Adorno Th. (1988): La Industria Cultural. Iluminismo como mistificación de las masas. .Dialéctica del Iluminismo.

Capítulo II

Periodismo cultural

2.1 Algunas definiciones

Como una evidencia de un proceso de comunicación, el periodismo se encarga de recolectar y jerarquizar datos para ayudar a la sociedad, a que se forme una idea autónoma de la realidad en la que vive. Es ese proceso que consiste en la búsqueda de datos y su respectivo procesamiento, para tratar de reflejar en lo posible, la realidad a la ciudadanía.

La trascendencia de esta profesión u oficio radica en la responsabilidad social que se tiene el periodista para con el público.

Pese a que no hay tipos de periodismo, en la práctica se clasifica en: deportivo, cultural, social, económico, político, jurídico, etc. Y en el caso del periodismo cultural existen algunas definiciones que han ido variando conforme ha cambiado la percepción de la cultura en la historia. Por esta razón muchos de los conceptos han sido planteados por periodistas, escritores o comunicadores que han seguido de cerca –a su época-, lo que ellos consideraron, la coyuntura cultural.

Resumiendo algunas de estas definiciones se puede decir que el periodismo cultural se basa en el concepto de cultura que se estableció desde la antigüedad y todavía permanece vigente. Es decir que dentro de este enfoque el periodismo cultural es aquel que se encarga del tratamiento de los hechos noticiosos que suceden en cuanto a las artes.

Uno de estos casos es el del periodista y poeta **Iván Tubau**, quién en su obra “Teoría y práctica del periodismo cultural”, da una breve revisión sobre esta clasificación del periodismo. Tubau señala que el periodismo cultural “es la

forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación".³¹

En esta primera definición ya se establece que este tipo de periodismo es aquel que se encarga de procesar, investigar y dar a conocer los productos culturales de la sociedad. Aquellos 'productos' pueden entenderse como las manifestaciones artísticas del ser humano, ya sea en literatura, pintura, artes escénicas, entre otros.

Las primeras apariciones o publicaciones sobre periodismo cultural se dieron a conocer en pequeños suplementos de diarios europeos. Un ejemplo de ellos es el *Times Literary Supplement (TSL)*, un suplemento del matutino *The Times* de Inglaterra, cuyo primer número salió en 1902. En su contenido se escribieron críticas y reseñas bibliográficas de reconocidos escritores de la época. Algunos de los que formaron parte de esta publicación fueron T.S. Eliot, Virginia Woolf, Henry James, Edith Wharton, Richard Aldington, Max Beerbohm, entre otros. Era común encontrar en sus páginas grandes poesías de autores como Philip Larkin o Martin Amis, quienes en los primeros números del TSL no firmaron sus obras. En 1914, cuando la revista inglesa paso a ser una publicación independiente, los textos recién fueron firmados por sus colaboradores.

Para **Jorge Rivera**, esta revista es uno de los primeros referentes en cuánto a periodismo cultural en el mundo.

A lo largo de nueve décadas de existencia el Times Literary Supplement, conoció previsiblemente momentos de esplendor y decadencia, aunque en líneas generales se lo ha considerado como uno de los grandes exponentes del periodismo cultural del mundo.

En la actualidad la revista es uno de los referentes en cuánto a periodismo cultural y literatura en Gran Bretaña, y cuenta también con una versión on line. (www.timesonline.co.uk/).

³¹ Villa, María (1998): Revista LATINA de Comunicación Social. El periodismo cultural, reflexiones y aproximaciones. URL:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/83mjv.htm> Descargado 29/12/09

³² Rivera, Jorge (2003): Cuatro influyentes publicaciones europeas. El periodismo cultural, Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina, 2003, 43 Pág.

Otros de los suplementos y revistas europeas que también forman parte de la historia del periodismo cultural, son *Nouvelle Revue Française* (Francia 1908), *The Criterion* (Reino Unido 1922) y *La Revista de Occidente* (España 1923), fundada por José Ortega y Gasset. En nuestro continente los primeros diarios que pueden considerarse como exponentes de esta clasificación del periodismo se publicaron en Estados Unidos, de la mano del húngaro **Joseph Pulitzer** (1847-1911), o de **William Randolph Hearst**. Revistas como *Saturday Evening Post*, *Exile*, *New Transdition* o *New Review* imitaron el estilo inglés de la Times Literary Supplementary, para acoger en sus páginas las composiciones de los escritores de la época.

En Latinoamérica el periodismo surgió como una necesidad de expresar los deseos independentistas de las colonias que dependían de los países europeos. Luego de ese período de tiempo, las primeras revistas que ya contenían expresiones de periodismo cultural fueron: *La Biblioteca* (Buenos Aires); *Revista Azul* (México); *Cosmópolis* (Caracas); *Amauta* (Lima); *Revista de América* (Bogotá); *Martín Fierro* (Buenos Aires), entre otras. Sin embargo, las publicaciones que se convirtieron en eje del periodismo cultural, fueron el semanario *Marcha* (Uruguay 1939) y *Cuadernos Americanos* (México 1942). Esta última incluso rompió con el prototipo de aquel periodismo cultural que se dedicaba exclusivamente a las bellas artes. En las casi 300 páginas que formaban parte de la publicación, se exhibía un contenido que variaba entre la ciencia, literatura, economía, filosofía o sociología. Luego de ésta, la revista argentina *Nosotros* (1908), también expandió su campo cultural e investigó la coyuntura social de aquel entonces, más ampliamente.

Nosotros fue en otro plano una revista cabalmente interesada en los problemas y las búsquedas de su época, y en ese sentido conviene señalar la amplitud de su registro, que abarcaba las letras, el arte, la filosofía, la historia, las ciencias sociales, la educación, la política, las ciencias humanas, etc. Defendió con una intuición certera, los rumbos “profesionalistas” de la actividad intelectual y se la puede señalar como empeñada sistemáticamente en el rastreo y la crítica de las nuevas tendencias.³³

Con este referente surge un nuevo enfoque del periodismo cultural; el mismo que no sólo se limita a la difusión del arte. De esta manera, y tal como lo cita

³³ Rivera, 2003: 61 Pág.

Jorge Rivera, se presenta la posibilidad de dar al periodismo cultural dos conceptos u objetivos.

El llamado periodismo cultural se ajustó a lo largo de su desarrollo histórico a dos concepciones básicas de la cultura: la concepción ilustrada que restringía el campo a las reproducciones selectivas de las bellas artes y la que ampliaba hasta convertirlo en una muestra más abarcativa e integradora.³⁴

Uno de los conceptos de cultura para el periodismo que se especializa en ella, se basa, según Rivera, en el concepto de Edward Burnett Taylor (1874). Rivera señala que a partir de la percepción de cultura como ese gran conjunto de creencias, conocimientos y hábitos del hombre, se abrió también el método del tratamiento de las noticias culturales. Aquel método que estaba limitado al campo de las bellas artes. De esta manera se reconoce la heterogeneidad en la cobertura del periodismo cultural y no sólo se habla de él como el periodismo encargado de difundir las bellas artes.

En el texto *El periodismo cultural* de Jorge Rivera, no solo se plantea que este tipo de periodismo abarca una amplia gama noticiosa -siempre alrededor de la cultura-, sino que le da una función extra. Rivera indica que el periodista cultural no solo debe encargarse de difundir el arte y las manifestaciones artísticas, sino que también debe detectar y crear una tendencia. “La sagacidad para detectar las tendencias vigentes es una de las claves del periodismo cultural, pero podría decirse también que la capacidad para generar una tendencia es la forma superlativa de esa clave”.³⁵

A lo largo de la historia esta área del periodismo se ha encargado de difundir todos los procesos culturales del ser humano. Jorge Rivera señala que el periodismo cultural ha jugado el papel de testigo en los procesos históricos del hombre. Por esta razón se puede concluir que uno de los conceptos más acertados sobre el periodismo cultural en la actualidad es el que está relacionado a la difusión del conjunto de manifestaciones artísticas que realiza el hombre. Y tal como la cultura, el arte, es solo una de ellas.

³⁴ Rivera, 2003: 15 Pág.

³⁵ Rivera, 2003: 34 Pág.

Es una zona 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 del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos".³⁶

Aunque en la sociedad actual se tiene una visión más amplia de la cultura, el periodismo cultural en nuestro país, así como en otros, se dedica a las noticias relacionadas al arte. Esto sucede porque existen otros campos del periodismo que se especializan en otras áreas, aunque las mismas también estén relacionadas con la cultura. Así tenemos por ejemplo el periodismo comunitario, social y político; materias que mucho tienen que ver con la cultura en sí.

En un estudio sobre esta clasificación del periodismo, escrito por los miembros del Colegio de Periodistas de Pichincha, consta que el periodismo cultural en el Ecuador, está dedicado al arte. Se afirma que el periodista que se dedica a este tipo de noticias "tiene que estar preocupado, principalmente, por lo que en el mundo del arte ocurre todos los días".³⁷

2.2 Objetivos del periodismo cultural

Luego de definir que el periodismo cultural es aquel que trata las noticias del campo de las manifestaciones artísticas de la sociedad, se puede decir también que tiene dos funciones. En uno de los casos puede ser reproductor de los productos culturales existentes, pero también puede ser un creador o descubridor de nuevas representaciones artísticas.

Jorge Rivera señala que esta función "creativa" del periodismo cultural "puede ser el fruto de artistas o intelectuales que producen dentro de los marcos convencionales del mercado cultural".³⁸ Es decir que antes de dar a conocer el producto, lo descubre, lo explora y lo difunde. En cambio con la función

³⁶ Rivera, 2003: 9 Pág.

³⁷ Colegio de Periodistas de Pichincha (1997): Generalidades. Manual de periodismo cultural, Ediciones CPP, Quito, Ecuador. 15 Pág.

³⁸ Rivera, 2003: 16 Pág.

reproductiva obliga al periodismo a dar a conocer el producto cultural y explicarlo para que sea bien entendido.

Debido a esta función, el periodismo cultural tiene la responsabilidad de explorar ampliamente el producto que va a dar a conocer. Una vez realizada la investigación, el periodista debe buscar el lenguaje más sencillo para difundir el evento o producto, dentro de un campo no especializado para una gran parte de personas. Hablar de un concierto de música clásica, por ejemplo, requiere no sólo del conocimiento del difusor, sino de la ayuda que este debe brindarle al público para que entienda lo que va a escuchar. Antes de hablar de un concierto en sonata o de canto gregoriano, es preciso explicar lo que significa una sonata y un canto gregoriano.

Esta labor muchas veces dificulta el correcto trabajo del periodista cultural, debido a que publica noticias en un lenguaje complicado e inentendible.

Por ello es importante entender, al momento de hablar de una noticia de ese tipo, que el público receptor no es un gran conocedor del tema, aunque si existen personas especialistas. Esto puede convertirse en un problema para este periodismo porque si se dedica solo a un público entendido en la materia, pierde audiencia. Por esta razón muchos programas, revistas o suplementos culturales, solo son consumidos por especialistas en arte o temas afines.

2.3 El tratamiento de la cultura por los *mass media*

En el Ecuador y en la mayoría de países, el periodismo cultural es una forma de publicitar las manifestaciones culturales a través de los medios de comunicación masivos. La cultura se convierte así en una mercancía que es transmitida por los medios de comunicación.

Existen en el país algunos medios –en particular los que tienen cobertura en la capital-, que si tienen espacios culturales. Sin embargo, el contenido de dichos espacios es muy corto o demasiado complejo. Muchos programas, revistas o suplementos hablan de arte y cultura, pero desde una perspectiva elitista, o dirigido a un grupo determinado de la sociedad. Debido a la existencia de estas reducidas áreas el público que los consume también es escaso.

2.3.1 En Televisión

La televisión es uno de los medios más importantes para la práctica del periodismo cultural, por la ayuda audiovisual que esta ofrece. Es trascendental también si decimos que el periodismo cultural no solo informa, sino que también crea tendencias. De hecho es gracias a este medio que la sociedad tiene en su mente las ideas e imágenes de las manifestaciones artísticas que suceden en su entorno.

El escritor, filósofo y sociólogo Edgar Morin, reitera que la televisión es un elemento clave en la cultura de una sociedad, porque es de ella de quién se aprende y se socializa muchas cosas. Por ello indica que “la televisión, y el audiovisual en general, es muy importante en la cultura moderna como fomento de conocimientos, valores, creación de identidades individuales y colectivas”.³⁹

La capacidad del uso de herramientas audiovisuales le da la ventaja a la televisión y al periodismo cultural. “La televisión, y el audiovisual en general, es muy importante en la cultura moderna como fomento de conocimientos, valores, creación de identidades individuales y colectivas”.⁴⁰

Sin embargo, y pese al potencial de la televisión para el uso de esta rama del periodismo ésta desperdicia muchos de sus espacios le da más importancia al ocio y los espectáculos.

³⁹ Entrevista al francés Edgar Morín, realizada por Enric Saperas (profesor de Teoría de la comunicación e investigador de televisión y representador de identidades) PDF en línea.

⁴⁰ Ibíd. Entrevista a Edgar Morín.

2.3.1.1 Programas de cultura o de la agenda cultural

En la televisión local el espacio cultural casi no existe. Para algunos canales, la cultura y sus diversas manifestaciones, se pueden justificar en unos pocos minutos para relajar al televidente, después de los noticieros. Muchas veces se conjuga en el mismo espacio, eventos de la agenda cultural con farándula.

Estos espacios contextualizan escasamente los pocos eventos que se dan a conocer. Pero en canales de UHF, como ETV Telerama, Telesucesos, Ecuavisa Internacional, Ecuador TV o TV Hoy -que manejan una programación distinta-, suele ser diferente. En estos canales si existen programas más extensos que hablan de las manifestaciones artísticas, del turismo y el arte del país y de Quito. Aún así, la agenda cultural sigue siendo insuficiente.

Ecuavisa Internacional es uno de los medios que le da un espacio considerable al arte. Por ejemplo, tiene un programa auspiciado por el Municipio que se transmite cada domingo, y se realizan cortos reportajes sobre eventos específicos de la agenda cultural o de la ciudad. De la misma manera sucede en la televisión pública (Ecuador TV). Aquí hay ciertos programas de carácter cultural, pero no uno específico que trate la agenda de Quito. Gran parte de esta información ayuda al televidente a entender el mismo contenido, pero tiene un fin informativo.

2.3.2 En Prensa escrita

El periodismo cultural tuvo sus primeras manifestaciones en revistas y suplementos escritos. Por esta razón, son la herramienta clave del periodismo cultural en varios países. Aquí en el Ecuador y en la mayoría de diarios, no hay revistas culturales, sino una sección dedicada a estos temas, pero dentro del mismo periódico.

2.3.2.1 Segmentos de la agenda cultural

El suplemento es una revista que se separa por completo del formato del diario, aunque se publique adjunto al mismo. Estos se manejan con características particulares y generalmente contienen información que está dedicada a la gente que sólo le gusta o entiende del arte y las manifestaciones culturales.

Los medios escritos pueden diferir a la hora de seleccionar, analizar, valorar y considerar los hechos que ocuparán el espacio de estas secciones, así como de las otras.

Según la periodista mexicana Fidela Navarro, aunque la cultura ha sido mal difundida y reflexionada en la sociedad, “se le dedica más espacio últimamente por un interés comercial, o por adquirir prestigio”.⁴¹ Y ésta es una realidad que no solo se presenta en la prensa escrita, sino en todos los medios.

En otros países las secciones culturales tienen nombres determinados, como en Estados Unidos, donde se llaman ‘arts’ o ‘features’ a los espacios en los que se mezclan arte, espectáculos, eventos, y farándula. En España los diarios determinan una sección específica de “cultura” en la que sólo se habla de arte.

En nuestro país, la prensa suele darle un reducido espacio a los temas culturales o a incluirlos en una sección que a diferencia de las otras, es muy pequeña. En diario *El Comercio* por ejemplo, la sección de cultura comparte su contenido con otros temas que se abarcan en una sección de espectáculos. Aunque hay un espacio diario de la agenda cultural, no existe explicación de lo que se trata cada evento. En el suplemento *Familia*, donde se publica información más liviana, también existe el espacio dedicado a la agenda que tampoco es explicado. Aún así el suplemento circula una vez a la semana, y en la ciudad, los eventos ocurren a diario.

⁴¹ Navarro, Fidela (2007) La cultura y su periodismo. URL:
[http:// www.saladeprensa.com](http://www.saladeprensa.com) Descargado 02/01/10

En otros suplementos de otros periódicos, como la revista Hoy Domingo de diario Hoy, la información “cultural” se mezcla con temas de moda, eventos sociales y farándula internacional.

Hay también una revista llamada Artes que circula los fines de semana con Diario La Hora. Su contenido en cuanto arte no es muy diverso y los temas se desarrollan de una forma un poco plana y monótona. Temas como artes plásticas, cine y literatura se tratan en reportajes extensos que utilizan generalmente un lenguaje complicado. El diseño de la revista no invita al lector a informarse sobre su contenido.

2.3.3 En Radio

La radio, según el periodista Jorge Rivera, es por excelencia un medio cultural a diferencia de los demás. En Europa, la radio siempre fue considerada el medio ideal para la difusión de productos culturales. Esto debido a que después de los suplementos fue el medio que le añadió elementos musicales y de sonido a cada nota que lo necesitaba. El formato que se maneja en radio en cuanto a tiempo y guiones, tiene menos limitaciones que la prensa escrita e incluso que la misma televisión. En Argentina por ejemplo, según Rivera, la radiodifusión comenzó como un medio de difusión cultural antes de convertirse en uno con fines más comerciales.

Por su historia, desde comienzos de la década de 1920, la radio ha estado cerca de convertirse, en muchos lugares y momentos diferentes, en un medio de gran penetración y eficacia cultural...⁴²

⁴² Rivera, 2003: 157 Pág.

2.3.3.1 Lenguaje para radio

El lenguaje radiofónico está compuesto por cinco elementos fundamentales que son: el sonido, la palabra, la música, los efectos especiales y el silencio. La palabra es uno de los elementos fundamentales no sólo porque su uso se diferencia del lenguaje que se usa en otros medios, sino porque es el recurso principal que un locutor utiliza para llamar la atención de los receptores.

Por esta razón el uso del lenguaje en radio debe ser claro y sencillo. Según el Portal Web 'Radialistas Apasionados y Apasionadas', las frases que debe utilizar el locutor deben entenderse en una sola pronunciación. Es necesario tener en cuenta que no se habla para "una élite o un grupo de expertos, ni siquiera para los colegas periodistas".⁴³ Por ello se debe utilizar las palabras más sencillas para comunicar y para que la audiencia capte el mensaje enviado de la forma correcta.

En un principio se creía que el llamado lenguaje popular era el más adecuado para la radio, si nos referimos al habla que "representa la libertad absoluta en materia de lenguaje y el estado de perfecta inocencia lingüística; naturalmente creadora y neologizante".⁴⁴

2.3.3.2 Emisoras y programas de cultura en frecuencia modulada

Por ser uno de los medios que tiene más libertad y no tiene un formato específico, en radio hay una diversidad de programación cultural, y de todo tipo.

⁴³ Radialistas Apasionados y Apasionadas: Lenguaje activo y pasivo para radio. URL: <http://www.radialistas.net/clip.php?id=1400222> Descargado 18/04/10

⁴⁴ Academia peruana de la lengua: Niveles de habla por Hildebrant, Martha. URL: http://academiaperuanadelalengua.org/peruanismos/niveles_de_habla, Descargado 18/04/10

Algunas emisoras en frecuencia modulada tienen espacios interesantes en los que se tratan temas variados sobre arte, literatura, cine, todo tipo de música y otros eventos.

Las emisoras con cobertura en el Distrito Metropolitano que tienen programación con contenido cultural son: Radio Sucesos, Radio Visión, Radio La Luna, Multimedios, Radio Sonorama, Radio Platinum y Radio Pública.

Programas

Concierto sentido (Radio Sucesos)

- Conducción: Ramiro Diez. Duración: 3 horas (15:00 – 18:00)

Este programa tiene básicamente una temática cultural. Los temas a diario son diversos y no se maneja en base a un guión estructurado o segmentos especiales. Los temas van desde historia, literatura, ciencia, hasta música, teatro, cine, pintura, etc.

La música es una parte clave del programa, porque a largo del mismo se reproducen hasta diez canciones de cualquier país del mundo. Es más, la música es uno de los principales atractivos del programa.

A la mitad del programa o media hora antes de la finalización del mismo, el conductor anuncia una pequeña agenda cultural de la ciudad. Ocasionalmente, desglosa uno de los eventos mencionados, hasta la finalización de la emisión. Ese desglose generalmente es una crítica o comentario de películas u obras de teatro.

El oyente puede participar en el programa, pero no con llamadas al aire, sino a través del sistema de mensajería instantánea.

Ramiro Diez, el conductor de este programa, no es periodista pero lleva años conduciendo este espacio. Para él, lo más importante es destacar los temas con los cuáles el oyente pueda sentirse respetado, y que sirvan como un aporte a su inteligencia. En una entrevista también aseguró que a la audiencia le gusta sentirse respetada, y es por eso que gana se gana la fidelidad de sus oyentes.

Ramiro Diez asegura que “cuando al oyente se le trata bien, y se le dice y demuestra que se le trata con inteligencia y sentido común, ese oyente jamás vuelve a los programas donde lo maltratan”. Agrega que en muchos programas se comunican con el oyente como alguien “subnormal”. Por esta razón señala que el oyente que escucha ‘Concierto sentido’ es alguien que se lo gana, y no lo vuelve a perder. “Yo tengo un flujo de oyentes que aman ser respetados y ser considerados inteligentes”, dice.

El conductor de este programa destaca que nunca se ha planteado como atraer a un oyente. Por ello explica que su programa refleja aquel de hacer algo que él mismo pueda escuchar, es decir, una “producción absolutamente egoísta”, según Diez. “Yo no le robo concesiones a la gente, y si así sucediera tendría que someterme a lo que me digan las agencias de publicidad por ejemplo”.

Adicionalmente opina que un programa cultural no se trata de hablar del horóscopo, o cosas afines. Para Ramiro Diez ese tipo de contenido refleja “la ignorancia que palpita en una visión del mundo, que pueden traer un rating”, pero que eso no es lo importante. “La idea no es repartir la ignorancia de manera democrática sino señalar un espíritu diferente en la radio”.

(Ver entrevista completa en el Anexo 2)

Desde mi visión (Radio Visión)

- Conducción: Michelle Oquendo. Duración: 2 horas (15:00–17:00)

La temática general de este programa es la cultura y en particular el cine. Los temas que se van a desarrollar en el transcurso de cada emisión se exponen al inicio. Como parte del contenido en ciertas ocasiones hay invitados especiales, entrevistas y segmentos.

El eje central del programa es el cine. El tema central o principal de cada emisión está siempre ligado a esta materia e incluso se presentan algunos programas en los que se habla exclusivamente del séptimo arte.

Como parte del contenido -que generalmente es tratado solo por la conductora del programa-, también se presentan piezas musicales, relacionadas al tema. Por ejemplo, si la conductora habla durante todo el programa sobre la película Ocho y Medio del cineasta Federico Fellini (programa del jueves 21 de enero de 2010), las canciones que se alternan con la locución, son las que forman parte de la banda sonora de la mencionada película.

Pese a que la conductora intenta utilizar un lenguaje sencillo para presentar cada uno de los temas, no da una explicación de ciertas cosas que al oído de muchos, podrían resultar desconocidos.

Al iniciar cada programa se presenta un llamado segmento cultural, que dura aproximadamente diez minutos. En este espacio se expone algunos eventos de la agenda cultural de Quito y se da lectura a ciertos boletines de prensa. Sobre los eventos, la información es muy básica y breve. La presentadora, quién es la encargada de presentar la agenda, no se detiene a explicar o a hablar de un evento específico.

A más de esta agenda informativa se publican las películas que están en cartelera de uno de los cines capitalinos. Recientemente se inauguró un segmento en el que se habla más detalladamente de las películas en cartelera. A más de esto, y como parte de la publicidad, uno de los anunciantes da a conocer las películas que están en cartelera.

La conductora y periodista **Michelle Oquendo** señala que parte del éxito de su programa es la combinación de los temas a tratar y la sencillez del lenguaje que utiliza. Otro punto que destaca es la relación directa que maneja con el público oyente.

Oquendo afirma que cuando ella empezó con su programa, hace cinco años, también desechó la idea de lo aburrido que puede resultar hablar de cultura, porque lo más importante es la relación del conductor con el público. “Todo tiene un comienzo, y si el conductor entra con una actitud arrogante asumiendo saberlo todo vas a llegar a una elite que se va a sentir identificada con tu arrogancia”.

Por esta razón promueve la idea de hablar con el público de una manera más sencilla, combinando y matizando varios temas. “La cultura no es solo libros, o teatro, son muchas expresiones. La cultura es un país, una sociedad, y se puede manifestar de diferentes formas”. También es importante, según la conductora, esa convicción que debe tener la presentadora o el presentador. “Eso seduce al oyente”, señala.

Sobre el lenguaje adecuado que debe utilizarse en radio opina que todos los medios de comunicación deben hablar en un lenguaje diáfano y transparente para que la gente pueda comprender lo que difundimos. “Hablar de forma complicada denota tus complejos e inseguridades; debe comprenderte la empleada y un diplomático, esa es la misión de los periodistas”. Según la periodista, el conductor tiene que “hablar en fácil” y tratar de sacar cosas con las que se identifique la mayoría de la personas para “hacerles sentir”.

Para mejorar la relación con el público oyente concluye que lo mejor es tener una comunicación lineal, con la ayuda de herramientas Web como las redes sociales. El objetivo es el de poder mostrar que la persona que está a cargo del programa, está al acceso del público. “Antes había esa idea de la estrella de la radio inalcanzable, y ya no debe ser así”.

(La entrevista completa está en el Anexo 2)

Radio La Luna:

En Radio La Luna hay una diversidad de programas que tratan temas diferentes en cada uno se anuncian constantemente ciertos eventos de acuerdo a la línea del mismo. Existe un pequeño segmento titulado el Clip cultural, que contiene de dos a cuatro eventos culturales y se reproduce cerca de cinco veces al día.

En el horario de lunes a viernes en las tardes, los programas son diversos – como el de música flamenca o el de sexualidad-, aunque no en todos se habla de temas relacionados a la agenda cultural de la ciudad. Por lo tanto no existe en la radio un programa cuyo eje sea la publicación constante de esta agenda.

2.3.3.3 Publicidad y costo de cuñas en los programas de cultura

El costo de los paquetes publicitarios varía de una radio a otra. Generalmente es la radio o la producción de un programa, la que define los costos de la publicidad y los oferta con las agencias o anunciantes directos.

Es importante destacar que en ciertas emisoras se maneja el sistema de co-producción para los programas. Esto quiere decir que aquellas radios que se rigen bajo este método -cuando los conductores de los programas son independientes de la radio-, deben recibir la mitad del costo que pagan los anunciantes a los productores o conductores de cada espacio.

Existe también el sistema del costo del espacio o arriendo. En este caso los productores de un programa tienen que cancelar a la radio un valor determinado (el que la emisora indique) por el uso de un espacio. Y por último están las radios que manejan los costos generales de publicidad para todos los espacios. Aquí los conductores, encargados o productores de los programas

solo reciben un salario determinado, otorgado por la administración de la emisora.

Pero para ver los costos estimados de las cuñas o paquetes de publicidad, haremos una revisión breve a los tarifarios de tres emisoras capitalinas. En estos casos se tratan de programas con temática cultural y que se transmiten en horario vespertino.

Radio Visión: (Programa Desde mi visión y Sueños de papel)

Paquete: Presentación y despedida más dos menciones durante el programa y dos cuñas diarias.

Costo mensual para el anunciante: USD 1 200

Radio Sucesos: (Programa Concierto Sentido)

Paquete: Presentación, despedida, mención durante el programa más dos cuñas. Adicionalmente se concede la realización de un publireportajes al mes.

Costo mensual para el anunciante: USD 1 400 más IVA

Radio La Luna: (Programas para el horario de 17:00 a 19:00)

Paquete: Presentación y despedida más dos cuñas y 30 bonificaciones en fin de semana.

Costo mensual para el anunciante: USD 800

2.3.3.4 Horario de transmisión de los programas culturales

En las emisoras de frecuencia modulada (FM) con cobertura en Quito, se transmiten programas con contenido cultural y relacionado al arte, generalmente en las tardes. A partir de las 14:30 hasta las 19:00, se pueden escuchar programas como los mencionados anteriormente. A partir de las 20:00 los espacios tienen una temática más variada que se sale un poco del tema cultural, y se enfocan más en la música, o en las entrevistas. Los programas que se transmiten en este horario y tienen un contenido similar son:

PROGRAMA	RADIO	HORARIO
Concierto sentido	Radio Sucesos (101.7)	15:00
Desde mi visión	Radio Visión (91.7)	15:00
Sueños de papel	Radio Visión	17:00
En su punto	Radio Eres (93.3)	17:00
El poder de uno	Radio La Luna (99.3)	19:00
Nadie nos calla	Radio Pública (100.9)	14:30
Palabra suelta	Radio Pública	18:00

2.3.3.5 Contenido de los programas culturales

Como el tema central de los programas, más que la cultura es el arte, en estos espacios se habla de manifestaciones artísticas y bellas artes.

Dentro de este eje principal se habla de literatura, cine, música, historia, fotografía, teatro, pintura, escultura, poesía, entre otros. Dentro de cada uno de estos ámbitos, los conductores de los programas culturales pueden hablar de diversos temas como:

- *Literatura y poesía*: Críticas y recomendaciones literarias, historia y temática de algún libro, trascendencia histórica de un texto, lectura de poemas, biografías de reconocidos poetas, escuelas literarias.
- *Cine*: Crítica de películas, biografías de actores, actrices o directores, historia o sinopsis de alguna película, la historia del cine.
- *Fotografía*: Exposiciones fotográficas, historia de la fotografía, fotografías históricas, biografías de fotógrafos.
- *Teatro*: Críticas o reseñas de obras de teatro, biografías de actores o directores, técnicas de actuación.
- *Artes plásticas*: Exposiciones recientes; técnicas de pintura, grabado o escultura; biografías de artistas, nuevos estilos, subastas.
- *Música*: Géneros musicales, historia de algún género, biografía de cantantes, discografía de reconocidos artistas, nuevos géneros musicales, reseñas de conciertos, últimos discos, entre otros.

La temática del periodismo cultural en radio o en cualquier medio puede también hablar de otros temas actuales que se relacionan con la cultura y al arte. Se puede hablar de arte urbano, culturas urbanas, mitos de la sociedad, tendencias, origami, entre otros.

Para tratar de mejor manera cualquier tema o para no hacerlo muy monótono, se puede contar con la presencia de un invitado, que protagonice algún evento mencionado, un artista o especialista en el tema.

Una de las debilidades de los programas radiales culturales, es el uso del lenguaje. Muchos de los conductores son personas que tienen bastos conocimientos sobre arte, por lo que la transmisión de algunos de sus mensajes, puede ser un poco compleja. Por esta razón, el periodista cultural en estos casos, debe no solo informar sino ayudar al receptor – o al oyente-, para que entienda perfectamente lo que se le quiere decir. Esto en los programas de radio ya mencionados, no se cumple en su totalidad.

2.3.4 Revistas y boletines

Las instituciones u organizaciones acuden a los boletines o afiches para compartir sus actividades. En cuanto a las revistas, de las pocas que no son de farándula, tienen un pequeño espacio informativo de Agenda Cultural, pero sólo de aquellos que son más concurridos o en lugares conocidos. Las revistas que le dan un espacio a la agenda cultural de Quito, son: Revista Diners, Revista Vanguardia y La Casa (Casa de la Cultura).

Las revistas Diners, Anaconda, El Apuntador, El Búho, Soho y La Casa, hablan sobre artes, algunas más especializadas en ciertos géneros que otras. Aunque sus artículos se basan en la coyuntura cultural de la ciudad o el país, el lenguaje que utilizan en ocasiones, es complejo.

En el caso de la revista El Apuntador por ejemplo, los temas están completamente relacionados al teatro y las artes escénicas. Por esta razón muchos de los artículos o crónicas, pueden resultar difíciles de entender sino un conocimiento básico sobre este arte.

Revista Diners, por otro lado, contiene una serie de notas muy interesantes, que no solo se basan en el arte y la cultura, sino en temas de actualidad. Aunque no se maneje un lenguaje complicado, por el costo de la revista, no es de fácil acceso para todo público. Algo similar sucede con la revista Anaconda y Soho, que también tiene importantes reportajes y notas sobre cultura, aunque su costo es alto.

Otras pequeñas revistas que publican la agenda cultural de la capital, son informativos que generalmente tienen el auspicio total o parcial de una o varias entidades públicas o privadas. Este es el caso de la Agenda UIO, la agenda cultural mensual del Municipio; y otros boletines institucionales como la agenda de la Fundación Teatro Nacional Sucre.

2.3.5 Internet: informativos culturales virtuales

En la Web existe gran variedad sobre cualquier tema. Se cree que se puede encontrar de todo pero también existe desinformación cultural. Pese a que si existen páginas donde se publican agendas culturales locales y nacionales, éstas contienen información muy básica.

Para conocer más sobre la agenda de Quito, se puede visitar algunas páginas que brindan esta información. Existen los portales de entidades u organizaciones independientes de cine o teatro, que ya son conocidas entre el público capitalino. Por otro lado están los portales de música, que tienen igual o más acogida cualquier otra institución. Estos sitios por ejemplo, ofrecen información sobre conciertos, cursos u otro tipo de eventos relacionados, acompañados de reseñas, entrevistas y reportajes. Algunas de estas páginas son:

- Ahora en Quito (www.ahoraenquito.com)
- Cultura Ecuador (www.culturaecuador.ec)
- Ocho y Medio (www.ochoymedio.net)
- Patio de comedias (www.patiodecomedias.org)
- Tocadas (www.tocadas.com)
- Plan Arteria (www.planarteria.com.com)
- Ecuarock (<http://www.ecuarock.net>)

A estos sitios Web se añaden aquellos que pertenecen a otras instituciones y fundaciones, en cuyos escenarios se llevan a cabo varios eventos artísticos. Hoy en día son varias entidades que cuentan con su página Web, la misma que les sirve como medio para dar a conocer su agenda. Entre los portales Web institucionales más comunes, están:

- Fundación Teatro Sucre (www.teatrosucre.com)
- Casa de la Cultura Ecuatoriana (www.cce.org.ec)
- Asociación Humboldt (www.asociacion-humboldt.org.ec)

- Alianza Francesa (www.ciaf-quito.com)

En estos sitios se puede encontrar la información de algunos eventos diarios, con fecha, lugar y en ocasiones, con una breve reseña, sinopsis o nota. Pero de todos los eventos que se presentan, son muy pocos los que ofrecen una explicación detallada de lo que se trata. Así como en los medios tradicionales, la mayoría de estas agendas solo dan a conocer la información básica, asumiendo que el lector tiene conocimiento sobre lo que quiere ver o donde quiere asistir. De la misma manera, quién no conozca los lugares donde se efectúan estos eventos –es decir sus nombres-, no podrán tener acceso a sus portales, ni conocer su agenda o programación.

2.3.5.1 Blogs culturales

El blog es la nueva opción en la Web para publicar eventos, noticias, escritos, entre otros. Esta también es una alternativa para que los colectivos y agrupaciones artísticas puedan darse a conocer al público, y puedan incluso mantener un contacto más directo con los lectores. Como es una herramienta más personal, son pocos los blogs que publican agendas culturales, porque ese no suele ser su contenido común. Son pocos los lugares o agrupaciones culturales que cuentan con un blog, en el que publican una programación de sus presentaciones.

Uno de estos casos es el del Centro Cultural “*La Naranjilla Mecánica*” (<http://lanaranjillamecanica.blogspot.com>) que funciona en Quito. En este blog, la administración del lugar relata notas pequeñas o fotografías de los eventos que se llevan a cabo en sus instalaciones. Otro caso similar es el de la “*Casa Cultural La Zurda*” (<http://casazurda.blogspot.com>).

Aún así, no se ha encontrado en la Web un blog personal que contenga una agenda cultural de Quito. Los eventos que se anuncian en ciertos blogs, son de igual forma escritos por quienes quieren dar a conocer eventos que van a ser

protagonizados por quienes los escriben. De igual forma, así como sucede con las portales Web, en el blog no hay una explicación detallada de los eventos que se anuncian.

2.3.5.2 Redes Sociales

El fenómeno de las redes sociales ha traído algunos beneficios a las organizaciones culturales, así como a los artistas que no son muy conocidos y los que si lo son. Estos portales permiten un contacto mucho más directo entre personas y, en el caso de los artistas o agrupaciones, les permite tener una cuenta o estar al tanto de quienes siguen sus actividades. De la misma manera es más sencillo el sistema de publicación de eventos. Incluso permiten conocer más fácilmente las sugerencias de las personas que tienen conocimiento de los mismos.

Algunas de estas redes son: Hi5, Facebook o My Space. Y precisamente es Facebook, uno de los sitios Web que más se utilizan para la publicación de eventos culturales. Hoy en día son muchos los centros u organizaciones culturales que tienen su cuenta en esta red.

Por citar algunos de estos grupos o promotores culturales están: Biciacción Ecuador, Casa de la Música, Centro Cultural Govindas Quito, Bar La Estación, El Aguijón, La Naranjilla Mecánica, Retablo Teatro, Teatro del Cronopio, Teatro Malayerba, Teatro Nacional Sucre, grupo Quito Eterno, Clowndestinos grupo, In cine Instituto Superior, Ocho y Medio Quito, entre otros.

El caso de la comunidad virtual My Space es un poco diferente. Los artistas, cantantes o grupos musicales usan generalmente este espacio para anunciar sus conciertos y sus últimas creaciones. Algunos de estos artistas son: Viuda Negra, Basca, Anima Inside, Lich, Papá Chango, Sudakaya, Rocola Bacalao, Rarefaction, Esto es eso, Juan Fernando Velasco, Sal y Mileto, Guardarraya, Descomunal, Sarcoma, La Piñata, Can Can, Biorn Borg, Guerrilla Clika, Fusión Metágeno y muchos más.

Pese a la gran acogida de estas redes por parte del público de todas las edades –ya no solo de los jóvenes-, los eventos no dejan de ser informativos. Existe la posibilidad de interactuar con los receptores, pero no el tiempo, el espacio y las herramientas para explicar cada uno de los eventos, o de responder todas las preguntas.

2.4 Efectos de la escasez de difusión cultural sobre la ciudadanía

La falta de difusión de una agenda cultural completa de la ciudad, con sus protagonistas, perjudica no solo a la ciudadanía sino a los gestores culturales.

Las obras de teatro, conciertos, exposiciones, talleres u otras presentaciones que se llevan a cabo en Quito si tienen acogida por parte del público, pero la mayor parte de los que asisten, lo hacen sin un conocimiento básico sobre lo que quieren ver, aunque ese no sea el problema principal porque quién no tenga total conocimiento sobre algo, lo obtiene luego de asistir al evento.

Otro de los problemas es que los eventos culturales se desarrollan en lugares determinados. Por esto quienes frecuentan estos sitios o se informan sobre la agenda que publica el lugar, saben de las fechas de los próximos eventos. Pero, aquellas personas que no acuden a estos centros culturales con frecuencia, no tienen acceso a dicha información y no asisten.

Ante esta desinformación cultural los medios de comunicación deben adquirir cierta responsabilidad en la difusión de las manifestaciones artísticas. Estos temas tienen la misma importancia que los otros temas de coyuntura que frecuentemente están en la agenda de los medios.

2.4.1 Responsabilidad de los medios

Los medios son los canales o puentes que comunican a la sociedad con sus agentes culturales. Son los transmisores de la cultura y sus manifestaciones. La tarea del periodismo –y en particular del periodismo cultural- no debería limitarse únicamente al hecho de informar. El dar a conocer los diversos productos culturales y artísticos que se desarrollan en la sociedad, debe ir

acompañado de un aporte periodístico que facilite la comprensión de lo que estamos mostrando. Para los periodistas, hablar de arte no es sencillo sino se es un experto o un especialista en cada tema. Por ello, si hablar de arte es complicado, lo será aún más para el público receptor. En excepción de aquellas personas que también tienen conocimientos sobre dichos temas, pero que corresponden a un porcentaje muy bajo.

El periodismo cultural en nuestro entorno utiliza -en su mayoría-, un lenguaje complejo y trata a la noticia cultural como si su receptor ya sabe de lo que se trata. Esto se puede constatar en las revistas culturales y especializadas y en ciertos segmentos de los programas de radio que se han analizado para la investigación. Programas que tienen en esencia, un verdadero contenido cultural.

Debido a estas fallas, una parte de la ciudadanía no está al tanto de las actividades artísticas que se dan en su entorno o entiende muy poco del arte. Este desconocimiento tampoco se debe a un error del periodismo. Pero si existe un ámbito de la comunicación que se especializa en estos temas y si un medio quiere abordarlos, debe facilitar la información antes de publicarla. Si hablamos de arte para un público específico, así como el periodismo económico dedica su contenido a los economistas y expertos, el público seguirá siendo específico. El aporte por parte del periodismo sería nulo, cuando debe ser lo contrario. Por estas razones, la agenda cultural de Quito por ejemplo, no es conocida por los todos quiteños; y quienes no saben no pueden apreciar al arte que se hace o se reproduce en la ciudad.

Con la industrialización de la cultura a partir del siglo XX gracias a los medios de comunicación, según la Escuela de Frankfurt, los medios tienen una participación directa y fundamental en la difusión de la cultura en la sociedad.

El cambio social que se presentó a partir de esa fecha, se debió en gran parte al accionar de los *mass media*. La teoría de Frankfurt da por hecho que el cambio social conlleva un cambio cultural y son los medios quienes lo inducen.

Frankfurt también separó la cultura tradicional de la cultura industrializada y calificó a esta como todo aquello que se difunde por los medios. De ahí que el objeto de estudio de esta escuela de comunicación fue precisamente la industria de la cultura. Para Frankfurt, en la actualidad los medios y la cultura van de la mano. Por esta razón, teóricos como Jürgen Habermas y Dwight Macdonald, hablaron de una cultura de masas o *masscult*.

Adorno y Horkheimer, otros filósofos de esta misma escuela, crearon a la industria cultural, debido a la influencia que los medios ejercen en la sociedad. Por ello es trascendental referirse a la responsabilidad que deben tener ante la difusión de productos culturales, así como fue en el comienzo.

...crean el concepto de industria cultural y lo acuñan para explicar un cambio en los procesos de transmisión de la cultura, cambio que se estaba rigiendo por el principio de mercantilización y que modificaba de manera sustancial su carácter tradicional. Los dos filósofos señalaron y analizaron, en su conocida obra la Dialéctica de la Ilustración, la transformación que hoy están sufriendo los medios de comunicación de masas y el carácter industrial que estaba adquiriendo la producción de la cultura en nuestra sociedad.⁴⁵

⁴⁵ Ruano, Soledad: Concepción clásica de la cultura: Escuela de Frankfurt, Cultura y Medios. De la escuela de Frankfurt a la Convergencia Multimedia. PDF en línea

Capítulo III

Oferta cultural y agenda de eventos

3.1 Actividad cultural cosmopolita

Quito ha sido -desde hace muchos años- una ciudad en la que suceden todo tipo de actividades artísticas y culturales constantemente. La diversidad cultural que existe en el país gracias a la pluralidad étnica hacen no sólo de esta ciudad sino de todo el país, un lugar en donde abundan las tradiciones culturales y populares que se reproducen de distinta forma.

Nuestra ciudad está llena de tradiciones que se han ido manteniendo con el pasar de los años; costumbres que se han transformado en ejes culturales. Los habitantes de Quito han hecho posible que muchas de estas actividades se mantengan, e incluso se sigan creando nuevas. Amparo Ponce, en el libro *Quito, Panorama urbano y cultural*, afirma que la ciudad está llena de actores sociales flexibles a la organización y la creación cultural. “En este sentido entonces, la ciudad es más bien el espacio en el que intervienen actores sociales y constituye por ende la arena en donde se crean y recrean diversas formas culturales...”⁴⁶

Para explicar el origen de ese gusto por la intervención en el mundo del arte que se vive en Quito, debemos dar una breve revisión a varios momentos trascendentales dentro de esta área, a lo largo de la historia. Esta breve cronología, expone el proceso del desarrollo de la actividad cultural en Quito.

Cronología:

1860 - Creación del Conservatorio Nacional de Música, por el

⁴⁶ Ponce, Amparo (1994): Manifestaciones culturales urbanas: los años viejos una tradición en Quito, Quito, Panorama Urbano y Cultural, Serie Quito N° 10, Municipio Metropolitano de Quito.

Presidente Gabriel García Moreno. Clausurado en el gobierno de Ignacio de Veintimilla y re inaugurado por Eloy Alfaro.

1904 - Creación de la Escuela de Bellas Artes (Con origen de la Escuela de Bellas Artes creada en la Real Audiencia)

1917 - Realización de la exposición de bellas artes para la entrega de los premios Mariano Aguilera, sobre artes plásticas. Tiempo después se inaugura el Salón Nacional de Arte Contemporáneo Mariano Aguilera.

1919 ***Revistas culturales***

- Creación de la revista de arte Caricatura, una de las primeras revistas culturales. Sus autores fueron Cesar Monge, Carlos Andrade Moscoso, Alejandro Campaña, entre otros.

1920 - Revista musical Sin Batuta

1926 - Creación de la revista Hélice, bajo la dirección del pintor Camilo Egas.

1930 – 1940 ***Generación de poetas en Quito***

- Humberto Fierro
- Jorge Carrera Andrade
- Gonzalo Escudero
- Alfredo Gangotena
- César Dávila Andrade (Cuenca)

1945 - Formación de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, creada por decreto ejecutivo en el gobierno de José María Velasco Ibarra

1960 ***Agrupaciones independientes de artistas***

- Grupo de poetas y literatos Los Tzantzicos. Formado por artistas como Ulises Estrella, Fernando Tinajero, Humberto Vinuesa
- Grupo de teatro, bajo la dirección de Paco Tobar

1970 - 1980 ***Galerías de Arte y sitios nocturnos***

- Creación de los espacios gratuitos para la exposición de obras de artes visuales, como la de Camilo Egas.
- 1978** - ***Declaración de Quito, como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.***
- 1987** - Creación del Fondo de Salvamento (FONSAL), para la restauración del Centro Histórico tras los sismos ocurridos la madrugada del 05 de marzo.
- 1994** - Programa municipal Agosto Mes de las Artes, en la alcaldía de Rodrigo Paz
- 1995** - Creación del Centro Ecuatoriano de Arte Contemporáneo, con el objetivo de impulsar la producción, difusión e investigación del arte en el país.
- 2004** - Quito declarada capital Iberoamericana de la Cultura
- 2005** - ***Formación del Comité Municipal Quito Cultura, como organizador de la agenda cultural de la ciudad***
- 2007** - Conformación del Ministerio de Cultura por el gobierno actual

El incremento en las actividades culturales inició básicamente en el siglo XXI y se hizo evidente con la iniciativa del programa “Agosto mes de las artes”, creado durante la administración de Rodrigo Paz en 1994. Pero fue a partir del 2003, que el Municipio tomó las riendas en la organización de eventos artísticos y la conmemoración de tradiciones, convirtiéndose en el principal actor y gestor cultural.

Sin embargo, uno de los sucesos trascendentales no solo para el ámbito cultural, sino para todos los aspectos en la vida nacional fue la dolarización. Este hecho que ocurrió en enero del 2000 afectó a la economía, a la política y también a la cultura nacional. A partir de este evento -y con el inevitable fenómeno de la migración-, la actividad cultural en Quito y el país, se redujo considerablemente. Las presentaciones artísticas disminuyeron en número debido a la escasez de público asistente, a causa de la crisis económica. Esto

generó que los artistas también emigraran en busca de nuevos públicos y oportunidades.

En una noticia publicada en Diario El Comercio del 18 de julio de 2003, Juan Carlos Terán, uno de los fundadores del Socavón de Guápulo –un centro cultural-, afirma que la dolarización ocasionó el cierre temporal del lugar. “Vino una época muy difícil, los primeros efectos de la dolarización comenzaron a sentirse y con eso se redujo la asistencia al punto que se tuvo que cerrar el lugar”.⁴⁷

El periodista y narrador Gonzalo Ortiz, ex concejal de Quito, habla en un libro de su autoría, a favor de la administración municipal en materia cultural. Ortiz señala que la actividad cultural a partir del 2004, se duplicó. La organización de festivales internacionales de danza, teatro, cine y música sacra, son un ejemplo de esta preocupación por el arte, por parte del gobierno local.

Los actos conmemorativos del Patrimonio Cultural tuvieron una intensidad y una calidad no vista en Quito. La variedad, cantidad y distinción de los acontecimientos culturales continuaron el año 2004 puesto que Quito fue nombrada Capital Iberoamericana de la Cultura.⁴⁸

En el 2005 la Alcaldía decidió conformar una entidad municipal que se encargue exclusivamente de la difusión de la agenda cultural capitalina. Fue así que mediante “Resolución Administrativa No. A0011 de fecha 25 de febrero del 2005, se resolvió conformar el Comité "Quito Cultura" como unidad organizativa que planifique y ejecute eficientemente la programación de la actividad cultural del período 2005 - 2009”.⁴⁹

⁴⁷ El Comercio (2003): *Nueva casa y nuevo barrio para la fiesta de El Socavón*. Ecuador. Segunda edición. Cuaderno B, Página 5 18/07/03

⁴⁸ Ortiz, Gonzalo (2006): *Quito, crisol de arte y belleza*. Quito, historia y Destino. Editoriales Trama. Quito, Ecuador. 198 Pág.

⁴⁹ Quito Cultura (2010): URL: <http://www.quitocultura.com/home%20new.swf>. Descargado 01/02/10

Otro indicador de este crecimiento cultural en Quito es el mayor número de lugares y establecimientos donde se desarrollan estas actividades. Años atrás no había la misma cantidad de escenarios para las exposiciones culturales que existen en la actualidad, razón por la cuál se ha duplicado la realización de los eventos de este tipo. Muchos de estos actos incluso, se llevan a cabo en espacios públicos o al aire libre.

En síntesis, la actividad cultural en la ciudad ha ido y continúa creciendo. Así lo podemos constatar no solo con la creación de nuevos escenarios, sino por la creatividad que impulsa a los precursores a organizar cada vez una mayor cantidad de estos programas.

La variedad artística se da en casi todos los campos. En cuánto a música por ejemplo, la ciudad cuenta ahora con un lugar específico para la realización de conciertos de música académica, como La Casa de la Música, ubicada en la calle Valderrama (S/N) y Mariana de Jesús.

Y dentro del mismo ámbito, los conciertos de música popular o las 'tocadas' de música alternativa, rock o jazz también se han duplicado. Aunque no existen muchos lugares adecuados para que se llevan a cabo estas presentaciones, cada semana por lo menos hay dos de estos eventos. Así tenemos sitios como el Aguijón, Ananké, Blues, Embrujo Bar, Pobre Diablo, Classic Bar, La Bunga, La Zurda entre otros, donde se dan con frecuencia este tipo de conciertos. Esto sin olvidar que muchos grupos se presentan en lugares no tan conocidos, en casas barriales o discotecas, que no cuentan con la infraestructura necesaria para la elaboración de un evento musical.

Como otro ejemplo de la permanencia del arte en la ciudad están las exposiciones de artes plásticas y visuales. La más conocida es la exposición pictórica permanente del parque El Ejido. Las muestras gratuitas y temporales de obras, fotografía o escultura, no solo están en museos como el Museo de la Ciudad, Capilla del Hombre, Museo del Banco Central. También se puede

observar algunas colecciones temporales en lugares como el Centro Cultural Metropolitano, Alianza Francesa, Centro de Arte Contemporáneo, Centro Cultural de la Universidad Católica, Casa de la Cultura, el Teatro México, Asociación Humboldt, Café Libro, así como algunos parques, plazas o demás lugares públicos.

Las artes escénicas también son frecuentes en Quito hay algunos escenarios. Están por ejemplo La Casa Malayerba, el Patio de Comedias, Fundación Humanizarte, Fundación Espada de Madera, Fundación Teatro Sucre, o lugares públicos o privados como el Teatro Bolívar, Teatro Sucre, El Teatro del CCI, Teatro México, Teatro Variedades Ernesto Albán, Teatro de la Facultad de Artes. Universidad Central y la Casa de la Cultura. Y el teatro al aire libre o de la calle como las ya tradicionales presentaciones de artistas en el Parque El Ejido también es importante. Lo mismo sucede con la danza, el ballet y el baile artístico. Aquí están el Ballet Ecuatoriano de Cámara, Frente de Danza Independiente, Compañía Nacional de Danza, Casa de la Danza, y otros institutos o talleres privados de enseñanza particular.

El cine independiente es también otra de las actividades que ha crecido y se ha desarrollado en este tiempo. Hay varios lugares donde se proyectan películas gratuitas o a bajos costos como el Ocho y Medio, Centro Cultural Mama Cuchara, Octaedro y la Sala Alfredo Pareja (Casa de la Cultura).

En Quito también son frecuentes los encuentros o festivales artísticos, que ocurren una vez al año en fechas determinadas. Muchos de estos programas cuentan con una gran acogida de público asistente, no sólo de la ciudad sino de todo el país. Entre los más importantes están: Festival de cine Cero Latitud; Festival de Cine en la Calle; Festival Internacional de Mujeres en la danza; Festival Internacional de Música Sacra; Festival de cine Planeta Azul; Festival Intercolegial de Danza, de teatro y de música; Festival de Cine Documental EDOC; Festival de Música Independiente Quito Fest; Fiesta de la Música; Festival de cine Quito te muestra; Festival Eurocine; Encuentro de música

Quituraymi; Festival Internacional de Teatro Experimental FITE-Q; Fiesta de la Poesía, entre otros.

3.2 Estrategias de difusión de actividades culturales

Existen varias formas y encargados de la difusión de la actividad cultural en la ciudad. En primer lugar se puede situar a la entidad municipal encargada de la agenda, que es Quito Cultura. Esta empresa cuenta con el respaldo del gobierno local en temas de organización y de presupuesto para la publicidad. Por otro lado están los actores o gestores de estas actividades, que cuentan con un porcentaje destinado para publicitar sus eventos, e incluso crean espacios de comunicación. De la misma están los movimientos o agrupaciones independientes, que organizan todo tipo de actividades culturales; grupos que buscan sus propios medios de difusión.

3.2.1 Publicidad directa de los actores culturales

En este campo podemos incluir las instituciones que protagonizan y publicitan su agenda gracias al respaldo de un presupuesto asignado para dicha tarea. Muchos de los actores y gestores que promueven su actividad de modo informal, no cuentan con un presupuesto para la comunicación de sus eventos. Esto se da frecuentemente dentro de las pequeñas agrupaciones independientes, que obtienen pocas o ninguna ganancia de sus exposiciones o de su gestión cultural.

Aún así, existen algunas de estas instituciones en la ciudad que si pueden contar con ese apoyo económico, para facilitar la difusión de una agenda. En este campo podemos agrupar a quienes tienen sus propios medios de comunicación. Al hablar de estos medios nos referimos a revistas, periódicos, boletines, páginas Web o programas de radio. A través de estos medios, estas entidades pueden obtener otros beneficios, como la publicidad externa.

Dentro de este grupo se puede citar, por ejemplo, a la Fundación Teatro Nacional Sucre, que difunde su agenda a través de boletines y una página Web; cine Ocho y Medio, que tiene un periódico mensual y un portal Web; y la Casa de la Cultura, que tiene una radio, una revista y una página Web.

Otra alternativa de difusión que tiene este grupo, son los espacios o cuñas publicitarias. El Teatro del CCI es uno de estos casos; al no contar con un medio de comunicación propio, contrata publicidad en medios escritos, radiales y vallas publicitarias. Dentro de este campo están también las empresas organizadoras de espectáculos artísticos, que utilizan algunas formas de difusión, pero con fines más comerciales. Por citar los más conocidos tenemos a Team Producciones y Top Shows.

Finalmente podemos hablar de las instituciones que realizan canjes publicitarios dentro de esta clasificación. En este sistema de auspicio o colaboraciones, participan empresas privadas de toda índole que brindan su apoyo logístico o económico para la realización de cualquier espectáculo o puesta en escena. De hecho, una gran parte de los gestores culturales, tanto conocidos como nuevos, buscan esta alternativa de financiamiento y respaldo, para darse a conocer.

3.2.2 Municipio de Quito: Quito Cultura

El municipio y la alcaldía de la ciudad son los directos responsables de dar a conocer la información cultural y turística de Quito. Para cumplir con esta tarea se crearon algunas dependencias municipales, que se preocupan de tratar o en trabajar en los temas específicos de la ciudad. Por esta razón se constituyeron entidades como Quito Cultura (mencionada anteriormente como contexto histórico de la actividad cultural) la Corporación Metropolitana de Turismo, encargadas de la cultura y el turismo, respectivamente. Otro ejemplo, es la empresa encargada del mantenimiento y salvamento del Centro Histórico y sus actividades. (Empresa del desarrollo urbano de Quito).

Quito Cultura participa conjuntamente con otras entidades municipales e independientes para la publicidad y la ejecución de campañas comunicativas del arte que se desarrolla en la ciudad. A más de difundir la agenda de promotores independientes, mediante algunos métodos, también organiza varias actividades. En motivo de la conmemoración del año del Bicentenario, Quito Cultura fue el comité oficial de la realización del calendario de eventos por esa fecha, durante todo el año pasado.

A más de esas tareas, Quito Cultura publica en un afiches, boletines y en su página Web, una agenda cultural informativa mensual. En el caso de los afiches y del Portal Web, la agenda carece de detalles y solo contiene datos básicos como el lugar, fecha y hora. Únicamente en los pequeños boletines o folletos, que también contienen la agenda del mes, existen pequeñas reseñas y noticias de los eventos más trascendentales. Este material se reparte gratuitamente en centros culturales de la capital.

3.2.3 Difusión cultural independiente

En el país se han creado algunos colectivos o agrupaciones que, sin fines de lucro, buscan o están interesadas en difundir, crear u organizar todo tipo de actividades artísticas. La falta de un presupuesto para la parte comunicativa de sus eventos, hacen que estas entidades buscan diferentes alternativas para dar a conocer lo que hacen o promueven. Esto lo hacen a través de medios no tradicionales, de afiches, volantes, graffitis, revistas, el Internet y con pequeños espacios en la radio.

Para este hecho, varios de los gestores artísticos crean su propia comisión de prensa y comunicación, la misma que se encarga –con un bajo o nulo presupuesto-, de dar a conocer las actividades que organizan. Por esta razón, se puede ubicar en este mismo grupo a los grupos musicales, de teatro, danza, o pintura, que buscan diversas alternativas para darse a conocer.

Como parte de estas formas de comunicación están los muy conocidos afiches, volantes, la Web –mediante las redes sociales o correos electrónicos-, trípticos, grafitis, o la programación de entrevistas en programas de radio y las ruedas de prensa.

Hay agrupaciones que, pese a que no publicitan sus eventos en los grandes medios de comunicación, tienen ya un espacio ganado en el público. Algunos ejemplos de estos gestores que utilizan el sistema de “free press”, son la agrupación Quito Raymi, conformada por varios colectivos que organizan conciertos, conferencias, clases de quichua o ferias artesanales, y lo comunican mediante el graffiti, el Internet y los afiches. También está la Fundación Música Joven, que cuenta con su propio equipo de comunicación que se encarga de la organización del festival Quito Fest; para ello programan entrevistas, rueda de prensa, y realizan afiches. Otro evento que también utiliza este medio es el Festival de cine Cero Latitud, que a más de las entrevistas, afiches, periódicos y boletines, utilizan el estencil como otro medio alternativo de comunicación.

3.3 Agenda Cultural

3.3.1 ¿Qué contiene una Agenda Cultural?

La agenda cultural es la publicación de una programación cultural, en este caso, dentro de la capital. Las actividades deben ser variadas y contener el mayor número de actividades posibles que involucren a todas las manifestaciones de expresión cultural del ser humano.

La agenda en contenido es la misma para todos los medios de comunicación, porque debe tener los datos básicos de cada evento que forma parte de ella; estos son el nombre, el lugar, la fecha y hora. Sin embargo, la agenda varía en forma dependiendo el medio en el que se publica.

En televisión, por cuestiones de tiempo, un agenda solo contiene de dos a tres eventos y tienen la información básica. En prensa escrita una agenda puede contener varios eventos pero igualmente con datos básicos y una leve explicación en una línea. En radio, la agenda cultural generalmente se publica en pastillas o cápsulas que se emiten de tres a cinco veces en el día, aunque también se puede hablar de la agenda al iniciar o finalizar un programa. En este caso, la explicación de cada evento suele ser más amplia.

3.3.2 Difusión en Quito

La agenda cultural en Quito es una de las más importantes de todo el país, por la íntima relación que tiene la ciudad con el arte y la cultura.

Todos los días en varios puntos de la ciudad están sucediendo cosas. Para algunas entidades que publican una “agenda cultural” por mes o semana, sólo toman en cuenta los eventos a los que se tiene que pagar para entrar. Hay un sinnúmero de expresiones en Quito que son para todo público, pero que muy pocos conocen por que no se habla de ellos.

3.3.3 Protagonistas de eventos culturales

En Quito las manifestaciones de arte se dan para todos los gustos e intereses.

Oferta cultural de Quito:

3.3.3.1 Teatro: En la ciudad hay, no sólo en los teatros, innumerables obras de diferente tipo. Hay monólogos, recitales, presentación de títeres, musicales entre otros. Un nuevo grupo que se dedica al *Teatro en la calle* participan en los semáforos de la ciudad, en barrios tradicionales como La Floresta, Solanda, en las estaciones de transporte –como el grupo Arte en el Trole, en los parques públicos, universidades, entre otros. Sobre el teatro en la calle también se puede mencionar las presentaciones en el Parque de El Ejido y las plazas del Centro Histórico.

3.3.3.2 Música: También hay conciertos de todo tipo en toda la ciudad, tanto de música académica, alternativa y popular. Está por ejemplo la Casa de la Música que es un escenario de de conciertos de música clásica, óperas, jazz y otros.

En cuanto a música alternativa, son muy frecuentes en la ciudad los conciertos gratis al aire libre o ‘tocadas’ en pequeños bares o cafeterías. Los festivales de música internacional como el Quito Fest o el Quito Raymi ya se han ganado un espacio considerable y atraen gran concurrencia de asistentes.

3.3.3.3 Danza: La danza contemporánea, los bailes populares y el mismo ballet, ocupan también un espacio considerable en la agenda cultural anual. El Ballet Ecuatoriano de Cámara por ejemplo, presenta obras que en muchas ocasiones son gratuitas, como El Cascanueces en navidad. También hay baile y danza folclórica en la Ciudad Mitad del Mundo todos los fines de semana

3.3.3.4 Artes plásticas: Las exposiciones pictóricas y de escultura son las más constantes en Quito. En el Centro Cultural de la Universidad Católica y en el Centro Cultural Metropolitano hay exposiciones permanentes y también gratuitas. Algunos museos o entidades traen con frecuencia colecciones de reconocidos artistas internacionales, como el Museo de la Ciudad y el Espacio Arte Actual de la FLACSO.

3.3.3.5 Cine: Hay varios festivales del cine de cada país, de acontecimientos de la historia, corrientes del cine o documentales. Muchas de estas proyecciones son gratuitas. El cine en la ciudad puede dividirse en dos grupos: en primer lugar, está el circuito comercial de los grandes complejos como Multicines y Cinemark. Por otro lado –y con fines menos comerciales-, está la propuesta de cine arte, que se puede observar en lugares como Ocho y Medio, la Casa de la Cultura Ecuatoriana y el Octaedro.

3.3.3.6 Literatura: En la Casa de la Cultura se realizan lanzamientos de obras literarias constantemente. Estos lanzamientos se llevan a cabo no sólo en hoteles, sino en las universidades, en las instalaciones del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) y otros centros culturales, como el Benjamín Carrión. También hay encuentros y charlas con escritores.

3.3.3.7 Otras actividades: Las exposiciones fotográficas también son frecuentes y se presentan en los centros culturales, cafeterías, museos, y otros sitios de reunión que van desde la Alianza Francesa, hasta la estación del Trolebús. Concursos y una variedad de convocatorias también son frecuentes en la ciudad. Muchos de los foros o conversatorios que organizan las universidades, el municipio y otras entidades, son para todo el público.

ACTIVIDAD	PROTAGONISTAS	ESCENARIOS	FESTIVALES O ENCUENTROS
<p>Artes escénicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Espada de Madera - Teatro Contraelviento - Casa de las juventudes - Ballet Ecuatoriano de Cámara - Frente de Danza Independiente - Mudanzas (mimo) - Grupo Malayerba - Agrupación Zero no Zero - Compañía Nacional de danza - La Rana Sabia - Teatro del Cronopio - Imago Teatro - Aso Escena - Grupo Titeréfue - Teatro ojo de agua 	<ul style="list-style-type: none"> - Fundación Teatro Bolívar - Casa Teatro Malayerba - El Teatro CCI - Patio de Comedias - Teatro Nacional Sucre - Teatro México - Teatro Variedades Ernesto Albán - Teatro Bolívar - Teatro Universitario – Sala Mariano Aguilera de la Casa de la Cultura - Cine Benalcázar - Fundación Humanizarte 	<ul style="list-style-type: none"> - Festival Internacional de Teatro Experimental FITE Q - Festival Internacional Mujeres en la danza - Encuentro de teatro Escena Libre
	<ul style="list-style-type: none"> - Colegio de artistas plásticos de Pichincha - Colectivo Tranvía 	<ul style="list-style-type: none"> - Centro Cultural Metropolitano 	<ul style="list-style-type: none"> - Festival de artes visuales AI

<p>Artes Plásticas</p>	<p>Cero</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asociación de artistas El Ejido - Facultad de Artes Plásticas de la Universidad Central - Facultad de Artes Plásticas de la P.U.C.E - Facultad de Artes Plásticas de la Universidad San Francisco 	<ul style="list-style-type: none"> - Centro Cultural de la Universidad Católica - Casa de la Cultura - Asociación Humboldt - Casa de las Artes Kingman - Fundación Guayasamín - Capilla del Hombre - Museo de Arte Contemporáneo - Centro de Convenciones Eugenio Espejo - Museo del Agua - Alianza Francesa - Cafelibro - La Naranjilla Mecánica - Casa Piedrahita - Galerías varias 	<p>Zurich</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arte en el Trole
<p>Música</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Orquesta Sinfónica Nacional - Orquesta Filarmónica Nacional - Orquesta Sinamune - Orquesta de instrumentos andinos - Banda Sinfónica Metropolitana de Quito <p>Grupos (como):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sal y Mileto - Descomunal - Curare - Can Can - Guardarraya - La Grupa - Jaime Guevara - Guambras Cholos - Rocola Bacalao - Trovando Ando - Viuda Negra - Asepsia - Decapitados - Alma Rasta - Chulpi Tostado - Mamá Vudú - F- 415 	<p>Públicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concha Acústica Villaflores - Parque Itchimbía - Parque La Carolina - Parque de la Mujer - Plaza del Teatro <p>Privados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ananké - Pobre Diablo - Cefelibro - Naranjilla Mecánica - Boca abierta bar - Blues - Embrujo Bar - Classic Bar - La Bunga - La Zurda - Este Café 	<ul style="list-style-type: none"> - Festival Internacional de Música Sacra - Festival internacional Quito Fest - Fiesta de la Música - Festival cultural Quito Raymi - La Semana del Rock - Festival Ecuador Jazz - Festival de Jazz In Situ - Festival del Pasillo - Quito ska festival - Bienal Músicas del mundo - Festival Internacional de Cantautores
<p>Literatura</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Red Látigo - Grupo de poetas La Kbezuela - Poetas Sexo Idiota - Gescultura - Editorial El Conejo 	<ul style="list-style-type: none"> - Centro Cultural Benjamín Carrión - Aula Benjamín Carrión (Casa de la Cultura) - Cafélbro - Librimundi - Librería Rayuela 	<ul style="list-style-type: none"> - Feria del libro - Fiesta de la Poesía - Festival Abril libros mil

	<ul style="list-style-type: none"> - Editorial de la Casa de la Cultura - Editorial Eskeletra - Sellos independientes 		
Cine	<ul style="list-style-type: none"> - Consejo Nacional de Cine - Inncine <p>Productores (como):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sebastián Cordero - Camilo Luzuriaga - Mateo Herrera - Tania Hermida - Pocho Alvarez - Yanara Guayasamín 	<ul style="list-style-type: none"> - Ocho y Medio - Sala Alfredo Pareja de la Casa de la Cultura - Centro Cultural Mama Cuchara - Teatro Universitario - FLACSO - Octaedro - Teatro México 	<ul style="list-style-type: none"> - Festival de cine Cero Latitud - Festival de cine Documental EDOC - Festival de cine en la calle - Festival de cine Quito te Muestra - Festival de cine europeo Eurocine
Otras actividades Cursos y talleres	<ul style="list-style-type: none"> - Pukara - Centro de Desarrollo Integral - Corporación Quijotadas 	<ul style="list-style-type: none"> - Asociación Humboldt - Fundación Cultural Humanizarte - Casa Cultural con Manos de Ébano - Casa del artista - Aula Nela Martínez (Casa de la Cultura) 	

3.4 Escenarios generales

En algunos de los escenarios como teatros, museos y centros culturales de la capital, se llevan a cabo eventos tanto de música, pintura, fotografía, teatro, danza, etc. A más de esto están los museos con exposiciones permanentes.

Estos lugares son:

3.4.1 Museos

- Red de Museos del Centro Histórico ⁵⁰
- Museo del Agua (*El Placer Oe 11-271*)
- Museo del Banco Central (*Casa de la Cultura, Av. 6 de diciembre y Patria*)

⁵⁰ Solo en el Centro Histórico capitalino, se registran 30 museos de toda índole, en los que se incluyen las iglesias y los conventos.

- Museo de Sitio de Cotocollao (*Santa Teresa N70-121 y Loyola*)
- Museo Arqueológico Padre Jacinto Vaca (*Av. 12 de Octubre 1430 y Wilson*)
- Museo Etnohistórico de Artesanías del Ecuador Mindalae (*Reina Victoria N26-166 y La Niña*)
- Museo Capilla del Hombre (*Lorenzo Chávez Ea 18-143 y Mariano Calvache*)
- Museo Cima de la Libertad (*Av. De los Libertadores s/n*)
- Museo Interactivo de Ciencia (*Calle Tababela Oe1-60 y Antonio de la Torre*)
- Museo Inti Ñan (*Av. Manuel Córdova Galarza, Redondel de la Mitad del Mundo*)
- Museo La Casa de Kingman (*Dávila y Portoviejo (a 100 m. del Parque de San Rafael)*)

3.4.2 Centros Culturales

- Alianza Francesa (*Eloy Alfaro N32-468 y Bélgica*)
- Asociación Humboldt (*Vancouver E5-54 y Polonia*)
- Fundación Cultural Humanizarte (*Leonidas Plaza N24-226 y Lizardo García*)
- Casa Cultural Con Manos de Ébano (*Av. 6 de Diciembre N23-43 y Baquedano*)
- Centro Cultural Dante Alighieri
- Centro Cultural Benjamín Carrión (*Jorge Washington y Páez*)
- Centro Cultural PUCE (*Av. 12 de Octubre 1076 y Roca*)
- Centro Cultural Itchimbía (*José María Aguirre y Concepción*)
- Centro Cultural Mama Cuchara (*Rocafuerte E32-15 y Luis Felipe Chávez*)
- Centro Cultural Metropolitano (*Espejo y García Moreno, esquina*)
- Centro Cultural Mirador de Guápulo (*Rabel León Larrea y Pasaje Stúbel*)
- Centro Cultural Tianguéz (*Bajos Atrio de San Francisco*)
- Posada de las Artes Kingman (*Almagro 1550 y Pradera*)
- La naranjilla mecánica (*José Tamayo N22-43 y Veintimilla*)
- Centro Cultural de Ilaló

3.4.3 Cafeterías y otros escenarios

- Pobre Diablo
- Cafélíbro (*Leonidas Plaza N23-56 entre Wilson y Veintimilla*)

- Cine Ocho y Medio (Valladolid N24-353 y Vizcaya)
- Casa de Al Lado (Valladolid N44-38 y Cordero)
- Casa de la Música (Valderrama s/n y Av. Mariana de Jesús)
- Fundación Octaedro (El Zurriago 227 y Shyris)
- Este Café (Juan León Mera, Av. Amazonas)

3.4.4 Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión

Esta institución fue creada el 9 de agosto de 1944 por Decreto Ejecutivo dictado por el presidente José María Velasco Ibarra. Su fin fue establecido como el de fortalecer el devenir histórico de la patria. "...Busca dirigir la cultura con espíritu esencialmente nacional, en todos los aspectos posibles a fin de crear y robustecer el pensamiento científico, económico, jurídico y la sensibilidad artística de la colectividad ecuatoriana".⁵¹ Benjamín Carrión es el nombre de su creador, un afamado escritor y pensador ecuatoriano. "*Si no podemos ser una potencia militar y económica, podemos ser, en cambio, una potencia cultural nutrida de nuestras más ricas tradiciones*" Benjamín Carrión.⁵²

En esta institución suceden una serie de actividades culturales a diario que abarcan muchos géneros, así como cursos de actuación, danza, canto o artes plásticas. En el campo de la literatura por ejemplo, la Casa de la Cultura maneja su propia línea editorial, que facilita la edición de todo tipo de obras.

3.5 Quito Patrimonio Cultural de la Humanidad

Quito fue nombrada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en noviembre de 1978, Patrimonio Cultural de la Humanidad.

⁵¹ Breve reseña histórica de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión, www.cce.org.ec 31 de mayo de 2007

⁵² *Ibíd.*

En el mismo año, pero en el continente europeo, la ciudad de Cracovia, ubicada en Polonia también fue declarada como Patrimonio Cultural, después de la capital ecuatoriana. Esta ciudad recibió el nombramiento por la conservación de su Centro Histórico, el mismo que se divide en tres zonas diferenciales.

3.5.1 Importancia para Quito el nombramiento de la UNESCO

Por la belleza de Quito, sus tradiciones, lugares y personajes, es considerada "Relicario del Arte en América". Por todas estas y más características fue la primera ciudad del mundo en ser declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad. "La salvaguarda y valoración del patrimonio cultural de los Andes es la principal preocupación en el presente y futuro de la acción de UNESCO".⁵³

Entre otros de nombramientos importantes a más del que nos dio la UNESCO, Quito fue designada Plaza Mayor de la Cultura en el 2004, en la Décima Asamblea plenaria de la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas (UCCI).

Para muchos el patrimonio de Quito como ciudad fue un despertar que recién nació con el nombramiento de la UNESCO. Todo lo que tiene el Quito antiguo y el Quito moderno forma parte de nuestro patrimonio.

Obra vasta, obra numerosa y multiforme es la que se hizo en Quito durante cuatro siglos. Alrededor de 30 iglesias y monasterios para una ciudad que antes oscilaba entre los 25.000 habitantes. Hormiguero de talleres y "obradores", de Quito salían también los maestros, albañiles y carpinteros que, en su mayoría, eran genuinos arquitectos y artistas sembraron gran parte de esta América de ermitas, capillas, iglesias, casas de hacienda verdaderamente bellas (...).⁵⁴

3. 6 Quito y la importancia de la actividad cultural

⁵³ Portal de la UNESCO (2009): Cultura. URL:
<http://portal.unesco.org>. Descargado 31/10/09

⁵⁴ Sin autor (1976): Introducción. Quito eterno la ciudad ayer y hoy. Ediciones Paralelo Cero. Quito, Ecuador

El crecimiento de una agenda de eventos artísticos en los últimos años es una señal de la vigencia de la actividad cultural en la ciudad.

Los programas que van desde una tradicional obra de teatro, un concierto de música clásica, hasta los pequeños y masivos conciertos de rock, son cada año más comunes en diferentes puntos de Quito.

Quito ha sido desde hace muchos años –al igual que otras ciudades del Ecuador-, un lugar donde el arte y la historia forman parte de su esencia. Así se ha demostrado con la declaración de varios sitios y lugares históricos como Patrimonio Cultural.

La preocupación de las autoridades municipales por la preservación del arte, demuestran la importancia que tiene este ámbito a nivel nacional. Y, la responsabilidad en la permanencia de las tradiciones y de otras manifestaciones culturales, también ha sido asumida por la ciudadanía.

Contribuir con la difusión de la mayor cantidad de eventos culturales, no solo constituye un aporte a la preservación del patrimonio de la capital. La participación en el proceso de comunicación por parte de cualquier entidad – incluidos los medios-, es un estímulo a la creación de nuevas manifestaciones, tendencias, grupos y nuevos actores en el mundo del arte. Y una ciudad llena de artistas y promotores, seguirá siendo por mucho tiempo, un patrimonio.

En años recientes se han inaugurado nuevos museos en la ciudad, centros culturales, restaurantes y cafés. Asimismo, se mejoró la seguridad y el tráfico fue regulado. Por eso, ahora el corazón de la capital ecuatoriana late con renovado vigor y más vida cultural, mientras ciudadanos y visitantes disfrutan atracciones únicas. La 'joya de la corona del Ecuador' brilla hoy mucho más que nunca ⁵⁵

Apoyar a la difusión y la conservación de las actividades que se llevan a cabo en la ciudad es contribuir con la memoria histórica de Quito y con el

⁵⁵ Sitio Oficial Turístico de Quito (2010): Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad, , http://www.quito.com.ec/index.php?page=shop.browse&category_id=51&option=com_virtuemart&Itemid=90&vmcchk=1&Itemid=90 Descargado 01/03/10

desarrollo turístico de nuestra ciudad. Una cobertura extensa sobre la mayor cantidad de este tipo de acontecimientos contribuye no solo al turismo sino a la permanencia de una identidad artística y cultural propia.

Capítulo IV

La desinformación cultural en la ciudad es otra falla del periodismo

4.1 Enfoque

Enfoque mixto

El enfoque mixto constituye el mayor nivel de integración entre los enfoques cualitativo y cuantitativo, donde ambos se combinan durante todo el proceso de investigación.

Se va a utilizar tanto la recolección de datos sobre los conceptos de cultura, y periodismo cultural, así como de la oferta de la agenda de eventos artísticos en Quito, para luego analizarlos. A la vez que se investigarán los efectos de la difusión de la agenda cultural, en la ciudadanía. Se enlistarán sucesos y programas, que posteriormente serán profundizados.

Alcance: Exploratorio Descriptivo

Con un programa de radio en el que el eje sea la publicación constante de la agenda cultural, la ciudadanía de Quito tendrá pleno conocimiento de una gran parte de los eventos que ocurren en la ciudad. Los datos ofrecidos en el programa, no sólo serán informativos sino que ayudarán a entender mejor cada uno de los eventos artísticos. El periodismo aportará de esta manera al conocimiento del arte que se hace en la ciudad.

Diseño

No experimental. No se han manipulado las variables sólo se ha limitado a relacionarlas y descubrirlas.

Estimación de parámetros

4.2 Población:

La población será el número total de empadronados en el cantón Quito según el Consejo Nacional Electoral, que es de 1.637.432 habitantes en el Distrito Metropolitano. Los datos fueron tomados en el último proceso electoral del 2009.

Esta muestra será tomada por considerarse a los ciudadanos mayores de 18 años, quienes estén en capacidad de darle la importancia necesaria al periodismo y la cultura, así como de dar aceptación al proyecto. Son también las personas que podrán valorar el contenido del programa de radio, y sabrán juzgarlo con argumentos válidos.

Se tomará de toda el Distrito Metropolitano porque la intención del programa de radio es llegar a las áreas urbanas y rurales de Quito. Todos tienen derecho al conocimiento que se impartirá en el programa.

Muestra:

N= Población

n= Muestra

E= Margen de error

Muestra homogénea:

$$n = \frac{N}{(E^2 (N - 1) + 1)}$$

$$n = 1.637.432$$

$$\frac{1.637.432}{(0.05^2 (1.637.432 - 1) + 1)}$$

$$n = 1.637.432$$

$$\frac{1.637.432}{4097,57}$$

n= 399.610 = 400

Determinación de las variables

1. Definición de la palabra cultura
2. Periodismo cultural
3. Oferta cultural y agenda de eventos

4.3 Elaboración de los instrumentos

Entrevista:

La entrevista es el género periodístico de información en el que se recoge declaraciones obtenidas mediante el diálogo con dos o más personajes y se da a conocer como una nota informativa. Existen tres tipos de entrevistas: perfil, declaraciones y una mixta. También es una técnica de recolección de información. Es la base de todos los géneros periodísticos.

4.4 Formato

Preguntas para los entrevistados:

1. ¿Cree que la ciudadanía tiene claro el concepto de lo que realmente significa cultura?
2. ¿El periodismo cultural hace un buen trabajo?
3. ¿Qué tan importante es la cultura para Quito y sus habitantes?
4. Es la preservación del arte en la ciudad. ¿Debería el periodismo aportar con ésta labor? ¿Cómo?
5. ¿Qué alternativa cree es la correcta para dar a conocer o hacer públicos los eventos culturales de Quito en su variedad, hasta los eventos gratuitos en la calle?

6. ¿El arte es considerada de una forma elitista en los medios de comunicación?
7. ¿Tendría acogida en Quito un programa de radio que trate a la agenda cultural como el eje?
8. ¿Sería ésta una buena herramienta para ayudar a la ciudadanía con la información cultural?
9. ¿Qué más debería tener este programa radial a más de la publicación de eventos culturales?

Entrevistados para la investigación:

1. Milagros Aguirre

Profesión: Periodista

Experiencia: Ex editora de la sección de cultura del Diario El Comercio.

Periodista de investigación en el proyecto de la defensa de la Reserva del Yasuní.

2. Juan Pablo Castro

Profesión: Licenciado en Comunicación Social, escritor y crítico de cine.

Experiencia: Catedrático en de Comunicación en la Universidad Salesiana.

Trabaja también en el Departamento de publicaciones de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión

3. Byron Rodríguez

Profesión: Periodista y escritor.

Experiencia: Ex editor de la sección Cultura y actual editor de crónicas de Diario El Comercio. Autor de varios libros de narrativa y poesía.

5. Orlando Pérez

Profesión: Periodista

Experiencia: Ex conductor del programa radial “El blog de la radio” y ex productor del programa de televisión “Más allá del rating”, transmitido por Teleamazonas.

6. Michelle Oquendo

Profesión: Periodista

Experiencia: Conductora del programa de radio “Desde mi visión” (Radio Visión), y gerente administrativa de esta emisora.

7. Ramiro Diez

Profesión: Economista y locutor de radio

Experiencia: Conductor del programa de radio “Concierto Sentido” (Radio Sucesos).

4.5 Conclusiones generales de las entrevistas:

Es claro que para los especialistas, el arte y la cultura son maltratadas por la ciudadanía y en especial por los *mass media*. A su criterio no está bien entendido el concepto de cultura, porque persiste la costumbre de asociarlo a las elites.

A su criterio, los medios tienen una gran parte de responsabilidad sobre esta propagación. La comunicación masiva en ocasiones distorsiona a la cultura y la aleja del arte y sus diversas manifestaciones. Por ello en muchos de los medios tradicionales, la farándula es el contenido de la temática “cultural”.

Son escasos los medios que intentan darle un espacio a las verdaderas expresiones artísticas. En la prensa escrita se trata a la agenda cultural deficientemente; en la radio hay más variedad de programación cultural y en la televisión casi no existen estos espacios. La Web y los medios alternativos como las revistas, afiches o boletines son los que más se preocupan de estos temas.

Los periodistas especializados en temas y secciones culturales creen que debería ser necesaria la especialización en este campo del periodismo. Para ellos, los comunicadores deberían especializarse para tratar de mejor manera cada uno de estos temas.

En el caso de tres de los siete entrevistados, se recogieron sus experiencias como conductores de programas radiales con temática cultural, para una mejor realización del proyecto que propone esta investigación. Orlando Pérez, Michelle Oquendo y Ramiro Diez dieron sus propios conceptos de periodismo cultural y aconsejaron como debería producirse un programa de radio similar. Coincidieron que el mejor lenguaje que debe utilizarse debe ser sencillo, directo y familiar. De la misma manera aseguraron que la radio continúa vigente y es el mejor medio de comunicación para abordar las manifestaciones artísticas de la sociedad.

Finalmente, están a favor de la realización de un programa sobre la agenda cultural, porque que se requiere un espacio dedicado al arte y sus diversas manifestaciones. Opinan que éste si tendría acogida siempre y cuando sea entretenido, tenga buena reportería y opiniones de especialistas.

4.6 Encuestas:

Formato de la encuesta

El periodismo cultural como aporte al turismo local en Quito

Edad:

Ocupación:

Sexo : masculino femenino

1.- ¿Usted piensa que el concepto de cultura abarca todo aquello que está relacionado con la educación, los buenos modales y las clases sociales?

SI

NO

2.- ¿Cree que los medios de comunicación tratan de manera adecuada a la información cultural?

SI NO

3.- ¿Sabe de lo que se trata el periodismo cultural?

SI NO

4.- ¿Considera que la información cultural en los medios de comunicación debe compartir el espacio con otros contenidos como farándula y vida social?

SI NO

5.- ¿Piensa que es importante el aporte del periodismo cultural para el turismo en Quito?

SI NO

6.- ¿Tiene claro conocimiento de la mayoría de eventos culturales que suceden en Quito constantemente?

SI NO

7.- ¿Está a favor con el que se otorgue un espacio propio y considerable a las diversas manifestaciones culturales en cada uno de los medios?

SI NO

8.- A su criterio, ¿el arte y la agenda cultural son considerados por los medios de comunicación como elitistas y exclusivos para un grupo determinado?

SI NO

9.- ¿Ha escuchado o visto algún programa en el que el eje sea la publicación constante de la Agenda Cultural de Quito?

SI NO

10.- ¿En que medio le gustaría que se de un espacio sólo para la agenda cultural de Quito y otras manifestaciones culturales?

Televisión

Radio

Prensa escrita

Otros

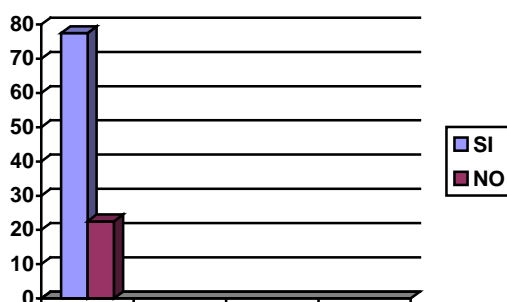
11.- ¿Apoyaría la implantación de un programa radial en el que se brinde protagonismo a los eventos culturales de Quito, con música de varios géneros, invitados e interacción con los radioescuchas?

SI NO

4.7 Tabulación de las encuestas

Pregunta 1: ¿Usted piensa que el concepto de cultura abarca todo aquello que está relacionado con la educación, los buenos modales y las clases sociales?

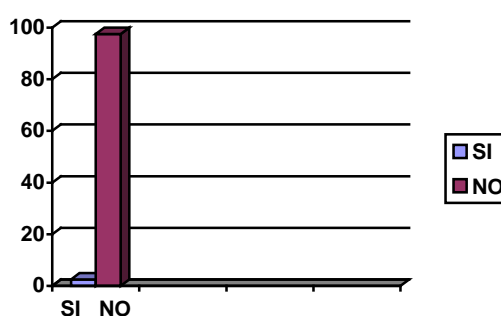
SI 22.5% NO 77.5%



Interpretación: La mayoría de ciudadanos sabe el verdadero concepto de cultura. El 77.5% no está de acuerdo con que la cultura sea un tema de educación, clases sociales o buenos modales. Este concepto cognitivo de cultura que se maneja en la actualidad no es compartido por la mayoría de encuestados. Un 22.5% está en desacuerdo.

Pregunta 2: ¿Cree que los medios de comunicación tratan de manera adecuada a la información cultural?

SI 2.5% NO 97.5%

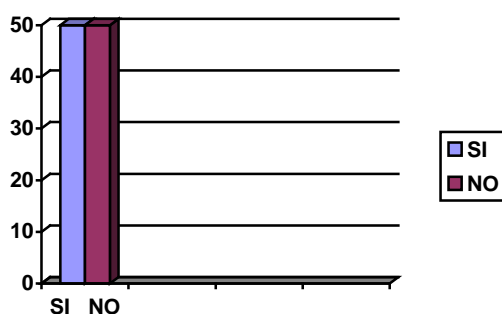


Interpretación: El 97.5 % de la población entrevistada creen que los medios de comunicación no tratan adecuadamente a la cultura en su verdadero concepto. Este es mal utilizado por lo que la ciudadanía opina que los medios

no hacen bien su trabajo, en este aspecto. El 2.5% creen lo contrario y apoyan al tratamiento que le dan los medios en el Ecuador a la cultura.

Pregunta 3: ¿Sabe de lo que se trata el periodismo cultural?

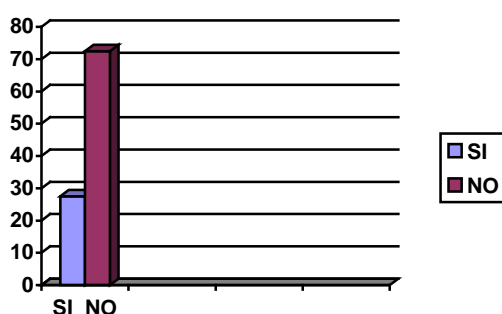
SI 50% NO 50%



Interpretación: En este caso la ciudadanía tiene opiniones opuestas más marcadas. Mientras un 50% conoce el trabajo del periodismo cultural, otro 50% de los encuestados no tiene conocimiento de lo que hace este tipo de periodismo o no saben que este exista.

Pregunta 4: ¿Considera que la información cultural en los medios de comunicación debe compartir el espacio con otros contenidos como farándula y vida social?

SI 27.5% NO 72.5%

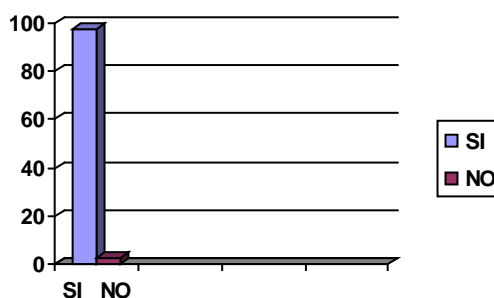


Interpretación: La mayoría de la población encuestada, con un 72.5%, no aprueban el contenido de cultura por algunos medios al compartirlo con farándula, o vida social de determinados grupos. Sin embargo un porcentaje

considerable, con un 27.5%, cree que está bien tratar a todos estos temas en una sola sección.

Pregunta 5: ¿Piensa que es importante el aporte del periodismo cultural para el turismo en Quito?

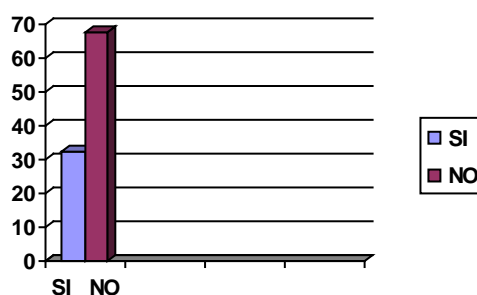
SI 97.5% NO 2.5%



Interpretación: El 97.5% de la población sabe y está a favor en que es importante para Quito como ciudad, el turismo cultural. Tan sólo un 2.5% cree que esta rama del turismo no es tan o nada importante para la ciudad.

Pregunta 6: ¿Tiene claro conocimiento de la mayoría de eventos culturales que suceden en Quito constantemente?

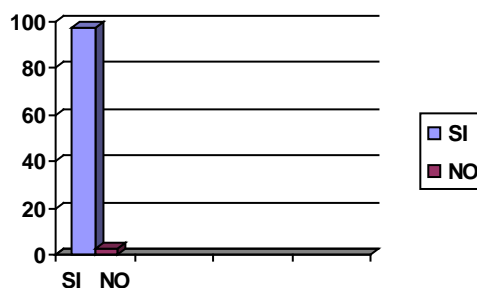
SI 32.5% NO 67.5%



Interpretación: La mayoría de la población, con un 67.5%, no está informada de los eventos culturales que ocurren en Quito constantemente. El 32.5% sí tiene conocimiento de estos eventos culturales en Quito, sino en su mayoría, de una gran parte de los mismos.

Pregunta 7: ¿Está a favor con el que se otorgue un espacio propio y considerable a las diversas manifestaciones culturales en cada uno de los medios?

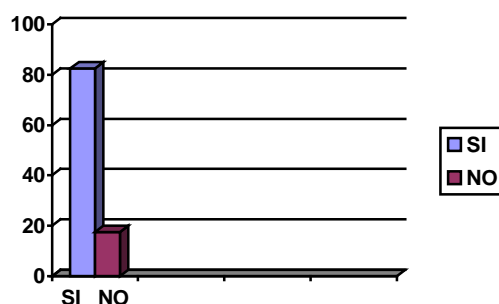
SI 97.5% NO 2.5%



Interpretación: El 97.5% de la población encuestada piensa que debería darse un espacio propio a las manifestaciones culturales en Quito, y en todos los medios de comunicación. Un 2.5% no cree que las manifestaciones culturales merezcan este espacio.

Pregunta 8: A su criterio, ¿el arte y la agenda cultural son consideradas por los medios de comunicación como elitistas y exclusivas para un grupo determinado?

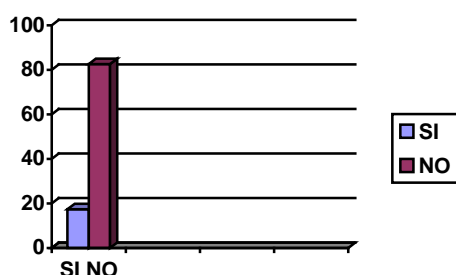
SI 82.5% NO 17.5%



Interpretación: Para el 82.5% de la población encuestada, el arte y la cultura son tratadas de una manera elitista por la mayoría de medios de comunicación. El 17.5% de la misma opina lo contrario, y no cree que se hable de arte y otras manifestaciones, dirigidas a un grupo determinado.

Pregunta 9: ¿Ha escuchado o visto algún programa en el que el eje sea la publicación constante de la agenda cultural de Quito?

SI 17.5% NO 82.5%



Interpretación: El 17.5% de la población ha escuchado o visto en Quito un programa, ya sea en radio o televisión, en donde se trate a la agenda cultural en toda su diversidad adecuadamente. Pero el 82.5% de la población no ha oído ni visto ningún programa de ésta clase.

Pregunta 10: ¿En que medio le gustaría que se de un espacio sólo para la agenda cultural de Quito y otras manifestaciones culturales?

TELEVISIÓN: 37.5% RADIO: 17.5% PRENSA ESCRITA: 5%
OTROS: 10% TODOS: 30%

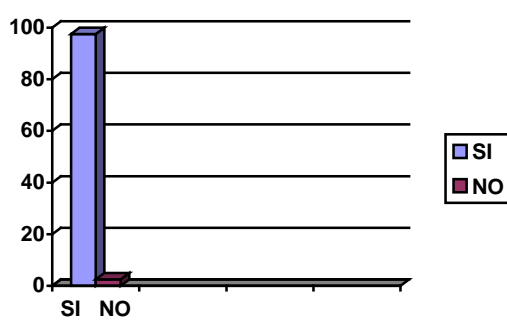


Interpretación: La ciudadanía en este caso también propone diversas opciones. Para la mayoría que corresponde a un 37.5%, les gustaría ver espacios culturales en la televisión. Un 17.5% opina que estos programas deberían estar mejor en la radio. Por la prensa escrita vota un 5%. El 10% está

a favor de la implantación de espacios para la cultura en otros medios de comunicación no tan tradicionales, como la Web, revistas y la calle. Pero para un 30% de los encuestados, debería haber espacios culturales en todos los medios de comunicación, tanto nuevos como tradicionales.

Pregunta 11: ¿Apoyaría la implantación de un programa radial en el que se brinde protagonismo a los eventos culturales de Quito, con música de varios géneros, invitados e interacción con los radioescuchas?

SI 97.5% NO 2.5%



Interpretación: Mayoritariamente un 97.5% de la población encuestada apoyaría o está a favor de la creación o implantación de un programa de radio en el que se hable de eventos variados culturales en la ciudad, con música, temas de coyuntura, arte e historia. Para un 2.5% no les interesa el tema ni el programa.

4.8 Conclusiones:

La ciudadanía si tiene una idea de la esencia de la cultura y su relación con las expresiones artísticas, aunque aún persisten ciertas dudas o las ideas de quienes si asocian al término, con la educación y la estratificación de un individuo.

También se comprobó el descontento que tiene la ciudadanía hacia los medios de comunicación. En el aspecto cultural, la mayoría opina que el periodismo no trata adecuadamente a los temas relacionados con el arte y las manifestaciones artísticas. Al no estar a favor de esta labor, también desaprueban el manejo del contenido de algunas “secciones o segmentos culturales” de los medios de comunicación tradicionales.

Pese a que cultura es toda manifestación del ser humano, una gran parte de la ciudadanía opina que la cultura debe estar separada de banalidades como farándula y eventos sociales. Opina que debe darse un espacio propio y adecuado para las manifestaciones artísticas en todos los medios. Los pocos que hablan sobre el arte, manejan un discurso dirigido a las élites sociales, según los encuestados.

Hay un ligero debate sobre el conocimiento del trabajo o de la existencia misma del periodismo cultural. La mitad de encuestados saben de este trabajo, mientras que la otra mitad no.

Muchos no han escuchado o visto en radio, prensa o televisión, espacios o programas en los que se hable exclusivamente de la agenda cultural de Quito. Como la televisión es uno de los medios que tienen más impacto en la ciudadanía, es por este medio en donde les gustaría ver un espacio dedicado a la publicación de eventos artísticos. No hay quienes descartan a la radio, la prensa escrita y otros medios alternativos. Aún así, también es considerable el porcentaje de quienes creen deben existir estos espacios en todos los medios.

Se apoya, por mayoría, a la propuesta del programa de radio en el que el eje sea la agenda cultural.

4.9 Recomendaciones:

La propuesta del programa de radio de la agenda cultural sí tendría acogida en Quito. Esto porque se lo considera necesario como un aporte para el conocimiento y la educación sobre cultura -en el sentido amplio del término-, el arte y de Quito esencialmente.

Pero la ciudadanía no tiene gran conocimiento sobre la oferta cultural y las diversas manifestaciones de arte. La tarea de informar sino todos, una gran parte de los eventos culturales, debería ser la tarea del periodismo cultural.

Un programa de radio sería una buena herramienta para que los quiteños conozcan lo que sucede en la ciudad, y puedan formar parte de la organización de nuevos eventos, como gestores culturales.

Debido a la inexistencia de un buen tratamiento de la cultura por los medios de comunicación, la propuesta radial con un discurso renovado y la utilización de un lenguaje fresco sobre las manifestaciones artísticas, le darían de nuevo cabida al periodismo cultural que se está perdiendo en la actualidad.

Capítulo V

En primera fila, Agenda Cultural interactiva Programa de radio sobre la agenda cultural de Quito

5.1 Naturaleza del proyecto

El proyecto consiste en la realización y producción de un programa de radio llamado “En primera fila”, cuyo eje es la publicación y divulgación de la agenda cultural de Quito. El programa tendrá una duración de una hora y será transmitido en una de las emisoras de frecuencia modulada de la ciudad de Quito, de lunes a viernes.

El fin del programa es la difusión constante de todos los eventos culturales que suceden en la ciudad, así como su explicación, la información de sus protagonistas y del contexto histórico. También se impulsará la participación de los oyentes para dar a conocer un acontecimiento que no haya sido pronunciado.

Durante el programa se presentarán diferentes segmentos en cada día: Lunes: entrevistas; martes: Quito, tradiciones y leyendas; miércoles: el reportaje; jueves: hablando de; y viernes: el especial musical.

5.1.1 Título del proyecto

Programa de radio “En primera fila”

5.1.2 Nombre de la institución que representa el proyecto

Andrea Medina Donoso y Universidad de las Américas

5.1.3 Nombre de la institución a la que está dirigida el proyecto

Radio La Luna, 99.3 FM

5.1.4 Participantes o grupos meta del proyecto

Personas que gustan y tienen interés en el arte y la cultura, así como oyentes o radio escuchas de emisoras transmitidas en frecuencia modulada en todo el Distrito Metropolitano de Quito.

5.2 Planteamiento del problema o justificación

La agenda cultural de Quito se ha reducido a la publicación mediante afiches pequeños o reducidos espacios, en la parte final de algunos medios impresos. En este tipo de agendas, las actividades descritas se limitan a difundir hasta un máximo de tres eventos por día. Sin embargo, la actividad cultural en la ciudad supera ese número.

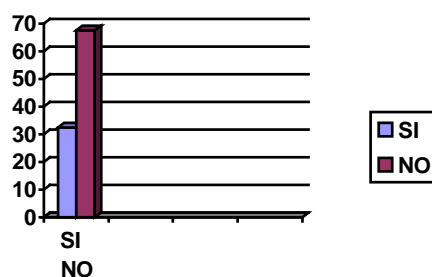
La mayoría de estas agendas se publican mediante afiches publicitarios de ciertos lugares o de empresas que los producen. En ocasiones estas publicaciones se reparten mensualmente y tienen un contenido muy reducido. La persona que recibe esta agenda no tiene un mayor conocimiento de lo que se está informando. En consecuencia se puede decir que al no tener un conocimiento básico, una actividad no despierta el interés necesario.

La escasez de difusión se presenta mayoritariamente en los medios tradicionales, por lo que los precursores de cualquier actividad buscan nuevos espacios de comunicación para llamar la atención del público. Las redes sociales son un ejemplo de esto. Una gran parte de las personas que se dedican a impulsar el arte no cuentan con los recursos necesarios que tienen otras entidades privadas para realizar campañas de publicidad. Consecuentemente, muchos de los eventos no tienen una buena parte de público asistente y las personas que impulsan el arte no reciben el apoyo esperado de la población.

El desconocimiento de la actividad cultural en la capital no recae completamente en los hombros de quienes se interesen o no en ella, porque no reciben una información completa. Este planteamiento se basa en una de las respuestas dadas por los encuestados:

¿Tiene claro conocimiento de la mayoría de eventos culturales que suceden en Quito constantemente?

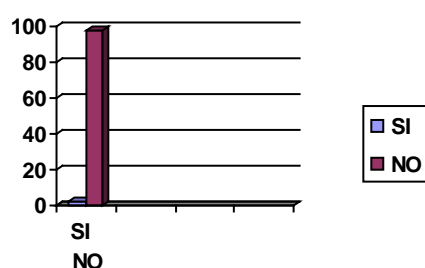
SI 32.5% NO 67.5%



Los resultados de las encuestas realizadas también respaldan la escasez de información cultural en los medios de comunicación tradicionales:

¿Cree que los medios de comunicación tratan de manera adecuada a la información cultural?

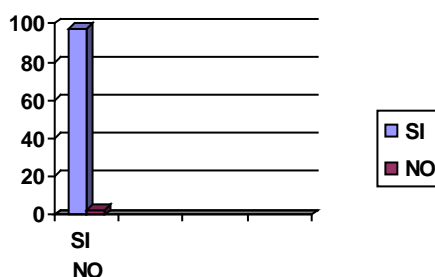
SI 2.5% NO 97.5%



Así mismo se demuestra el interés de la población por que la agenda cultural de Quito cuente con su espacio en cualquiera de estos medios:

¿Está a favor que se debe dar un espacio propio y considerable a las diversas manifestaciones culturales en uno de los medios?

SI 97.5% NO 2.5%



El respaldo de la publicidad que apoya el proyecto también demuestra un interés colectivo por la cultura de la ciudad.

5.3 Objetivos del proyecto

Objetivo general

Crear un programa de radio que se transmita en una emisora en frecuencia modulada con cobertura en todo el Distrito Metropolitano de Quito, en el que se difunda la mayor cantidad de eventos o actividades culturales que se lleven a cabo en la capital.

Objetivos específicos

- Producir una agenda cultural interactiva que tenga como complemento a la música y diversos aspectos de temática cultural.
- Captar una audiencia específica que escuche el programa a diario para que también lo difunda en su entorno.
- Incentivar la realización de actividades culturales en Quito que puedan ser difundidas a través de la radio.
- Brindar información sobre los actores o promotores de las actividades culturales de Quito.

- Motivar la asistencia de la ciudadanía los diversos eventos culturales que se lleven a cabo en la capital.

5.4 Resultados de la factibilidad

El costo del proyecto es de USD 37. 0000 (en el primer año). Según el estudio anteriormente hecho, el proyecto es factible debido a las siguientes razones:

- Planta física y equipo de producción necesarios para la producción de un programa de radio. (Radio La Luna 99.3 FM)
- Todos los miembros que estarán a cargo de la realización del proyecto cuentan con los estudios y las cualidades básicas para estar al frente, durante una hora de un programa de radio.
- El estudio financiero dio como resultado que los ingresos son los suficientes para cubrir los gastos o egresos del proyecto mensualmente y por un año

Flujo de caja:

- Total de ingresos	USD 4.300, 00
- Total de egresos	USD 4.289, 00
- Saldo a favor	USD 11, 00

Desde el primer mes se obtiene un saldo a favor de \$11 (Ingresos menos egresos). Este valor se incrementa al doble para el saldo del mes siguiente, quedando así como punto de equilibrio el mes de Junio, puesto que el saldo es de \$110, y se restaría de los ingresos \$10 en el rubro que corresponde al aporte de socios

5.5 Lugar donde se desarrolla el proyecto

Distrito Metropolitano de Quito

5.6 Grupos o metas participantes del proyecto

El proyecto del programa de radio está dirigido a las personas que gusten y tengan interés por el arte y las manifestaciones culturales. Este grupo de personas generalmente cursan o ya han estudiado carreras como Arte, Comunicación, Literatura, Filosofía, Sociología, Antropología, Arquitectura y las demás ramas de las ciencias sociales. También pueden integrarse a este grupo los estudiantes de colegio que tengan afinidad por las manifestaciones artísticas.

Este público objetivo se posiciona en un nivel socio económico medio, medio alto y alto. Sin embargo, el proyecto puede recibir el aporte y el apoyo de todas las personas que incentiven o brinden su apoyo de cualquier forma a la actividad cultural.

El público indirecto que también puede interesarse en el programa de radio son quienes escuchan radio con frecuencia o quienes desean saber qué actividades se llevan a cabo en la ciudad como alternativa de entretenimiento.

5.7 Metodología del proyecto

El proyecto se realizó mediante la investigación, documentación y diálogo de encuestas realizadas, que fueron necesarias para determinar el interés del target determinado. También se investigó la diversidad de la actividad cultural que se lleva a cabo en el área urbana y rural de la ciudad.

5.8 Cronograma

Diagrama de Gantt

Tiempo	Septiembre	Octubre					Noviembre														Diciembre				Junio									
Actividades	4	2		3	4	1							2				3	4	1	2	3	4	1											
		L	M	M	J	V		M	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M		L	M	M	J	V	S	D	
Anteproyecto																																		
Investigación bibliográfica																																		
Maco Teórico																																		
Determinación de la muestra																																		
Trabajo de Campo																																		
Entrevistas																																		
Encuestas																																		
Análisis de datos																																		
Obtención de conclusiones																																		
Realizar recomendaciones																																		
Diseñar el plan de comunicación																																		
Elaboración del documento																																		
Revisión del trabajo																																		
Defensa del proyecto																																		

5.9 Recursos humanos y materiales del proyecto:

Los recursos necesarios para la ejecución del programa constan en el Plan de Inversión. Dentro de este resumen, el equipo de producción necesario y otros muebles es un valor que puede ser descontando del presupuesto de la empresa participante, debido a que la misma ya cuenta con lo requerido.

Para el capital de trabajo se toma en cuenta los materiales de oficina, movilización, alquiler, gastos de movilización, imprevistos y los salarios de los participantes en el programa de radio.

Es importante recalcar que el valor correspondiente al alquiler es el monto correspondiente a los gastos de co- producción. Radio La Luna solicita el 50% de los auspicios del programa para que pueda ser transmitido en la misma. Dentro de este rubro constan gastos de mantenimiento de equipos y el sueldo del operador de cabina master.

El total de estos rubros es de USD 53.445 (ver Plan de inversión).

Para poder cubrir con el total del valor que se requiere para ejecutar el proyecto, se toma en cuenta los ingresos, que se resumen en dos rubros:

- Publicidad: USD 4.000 (mensuales)
- Aporte de socios: USD 1.800, 00 (en un año)

Como recursos humanos, se requiere de los siguientes cargos:

- **El productor:** Esta persona debe estar capacitada para dirigir la ejecución del programa de radio, supervisar la redacción, y la producción. De preferencia, debe ser Licenciado en Comunicación Social o productor de radio.
- **Locutores y periodistas:** Deben ser personas capacitadas para realizar reportería sobre la agenda cultural de Quito y para redactar en lenguaje de radio, cada uno de los eventos. De la misma manera deben tener experiencia en locución y buen manejo de este tipo de lenguaje. Pueden ser estudiantes de periodismo que cursen los últimos semestres.

- **Asistentes de redacción y coordinador:** Estas personas tienen la función de cooperación para los periodistas, en cualquiera de las tareas designadas. Deben ser estudiantes de periodismo o comunicación social.
- **Operador de cabina:** Es la persona capacitada para manejar los controles en la cabina máster.

5.10 Presupuesto del proyecto

El presupuesto total del proyecto es de USD 4 300, que serán financiados mediante publicidad de la empresa privada.

Radio La Luna, la emisora en la que se transmitirá el programa, solicita el 50% de los auspicios del espacio para que pueda ser transmitido en la misma. Dentro de este rubro constan gastos de mantenimiento de equipos y el sueldo del operador de cabina máster.

El canje publicitario también se realizará con las instituciones que no tengan presupuesto para publicidad. El canje consistirá en cambio de menciones o publicación de eventos a cambio de entradas a los mismos, para la realización de sorteos y concursos.

5.11 Estudio de Factibilidad

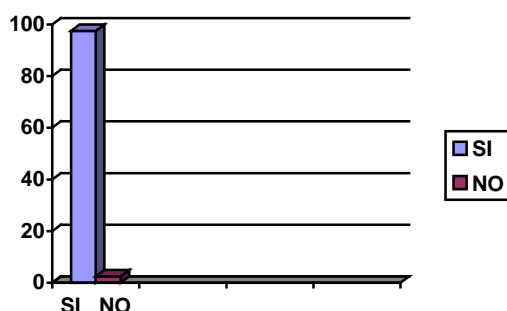
5.11.1 Diagnóstico

El programa de radio “En primera fila” es un proyecto viable según los resultados de las encuestas. Según estas cifras, la ciudadanía apoya la implementación de un programa de radio sobre la agenda cultural de Quito.

Las encuestas dieron como resultado que cerca de un 60% corresponde a los beneficiarios directos del producto, es decir, a aquellas personas que escuchan radio en frecuencia modulada.

Pregunta 11: *¿Apoyaría la implantación de un programa radial en el que se de protagonismo a los eventos culturales de Quito, con música de varios géneros, invitados e interacción con los radioescuchas?*

SI 97.5% NO 2.5%



5.11.2 Formulación del problema

La agenda de diversas actividades culturales que se llevan a cabo en Quito no tiene un espacio propio ni adecuado para su respectiva difusión en los medios de comunicación tradicionales. Por esta razón, los precursores la actividad cultural buscan otros espacios o alternativas de difusión, independientes a los medios de comunicación tradicionales.

5.11.4 Análisis del campo de fuerzas (FODA)

Fortalezas:

- Una agenda cultural que cada día crece en cantidad y necesita ser difundida.
- Respaldo en los resultados obtenidos de la investigación que demostraron que más de un 50% de los encuestados apoya la difusión de eventos culturales a través de un único programa de radio.

- Estudio y conceptualización de las necesidades del producto, el contexto, contenido y competencias que se va a proponer
- Bajos costos requeridos para la producción y difusión de un programa en la radio.
- La nula posibilidad de contaminación. Un programa de radio no afecta ni causa daños al medio ambiente.

Oportunidades:

- Los diversos gestores de actividades culturales en Quito buscan espacios para difundir sus eventos. En ocasiones a cambio de la publicación de una actividad, o de su agenda mensual, los promotores ofrecen un canje o un pago por la misma.
- El respaldo del medio para la emisión del programa *“En primera fila”* como parte de su programación.
- Escasa competencia. Existencia de un vacío cultural en periodismo cultural en radio, dirigido a un público joven.

Debilidades:

- Falta de financiamiento
- La integración de un nuevo equipo de comunicadores que aún no se ha ganado un público oyente, a diferencia de otros radiodifusores y periodistas conocidos en la materia.

Amenazas:

- Programas que hablen de cultura, no precisamente con la descripción de una agenda, en otras emisoras transmitidas en Quito.
- La falta de respuesta de un público oyente de quien depende la gran parte para el desarrollo del programa.
- Riesgo de la especialización en el contenido del programa. El periodismo cultural tiende a utilizar lenguajes técnicos y complejos.

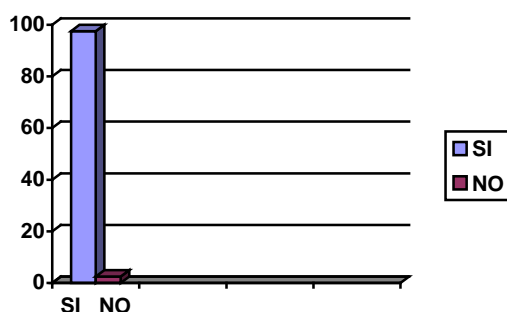
5.12 Estudio técnico

El programa de radio se crea por la sugerencia y aceptación de un público objetivo específico. Para determinar este público se realizaron encuestas a las afueras de algunas entidades y lugares en los que se llevan a cabo eventos culturales como: Cine Ocho y Medio, la Casa de la Cultura, Alianza Francesa de Quito, Centro Cultural Metropolitano y a estudiantes de comunicación y periodismo de la Universidad Salesiana y de la Universidad de las Américas.

De este público objetivo, las encuestas dieron como resultado que cerca de un 60% corresponde a los beneficiarios directos del producto, es decir, a aquellas personas que escuchan radio en frecuencia modulada.

Pregunta 11: *¿Apoyaría la implantación de un programa radial en el que se de protagonismo a los eventos culturales de Quito, con música de varios géneros, invitados e interacción con los radioescuchas?*

SI 97.5% NO 2.5%



(La población tomada en cuenta para el muestreo y las encuestas fue el número total de empadronados en el cantón Quito según el Consejo Nacional Electoral: 1.637.432 habitantes en el Distrito Metropolitano de Quito. Actualizado hasta el 2009.)

5.12.1 Ubicación del proyecto

El programa de radio será escuchado en todo el Distrito Metropolitano de Quito, en Radio La Luna 99.3 FM.

La obtención de auspicios así como de los precursores o creadores de los diversos eventos culturales se realizará exclusivamente en la ciudad de Quito.

5.12.2 Proceso productivo

Recursos humanos:

- Un productor
- Un periodista y locutor para la reportería de los eventos culturales, reportajes y especiales.
- Un asistente de producción y redacción de las pautas informativas
- Un coordinador de agenda cultural e invitados
- Un operador técnico de controles para la cabina master

Materiales:

Los recursos necesarios para la ejecución del programa constan en el Plan de Inversión. Dentro de este resumen, el equipo de producción necesario, representa un valor que puede ser descontando del presupuesto de la empresa participante, debido a que la misma ya cuenta con lo requerido.

El total de estos rubros es de USD 53.445 (ver Plan de inversión). El valor total del proyecto (a un año) es de USD 63.620.

Para poder cubrir con el total del valor que se requiere para ejecutar el proyecto se toma en cuenta los ingresos, que se resumen a dos rubros:

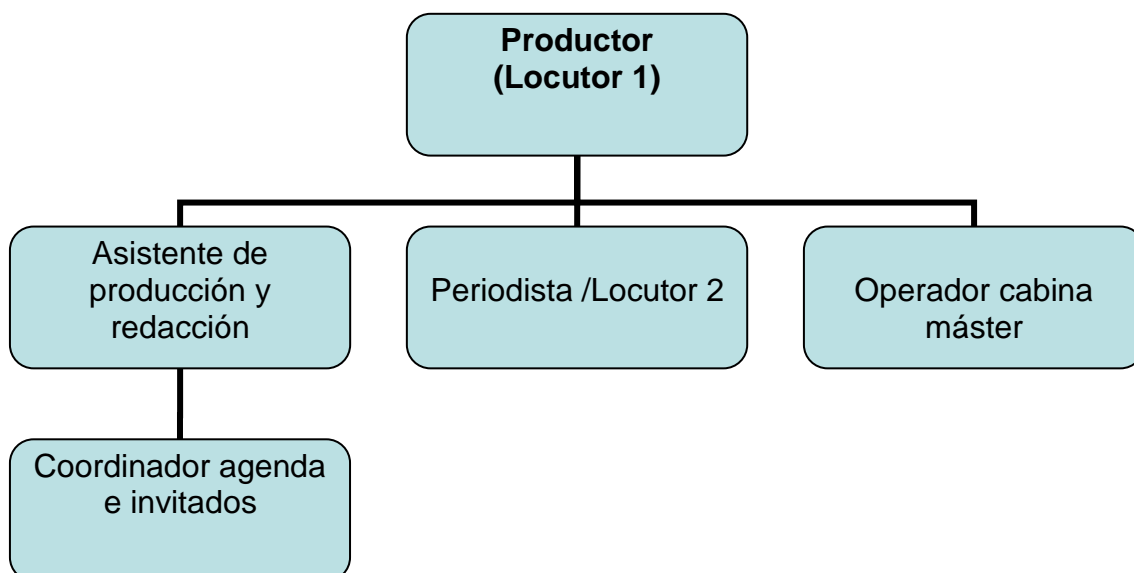
- Publicidad: USD 4.000, 00 (mensuales)
- Aporte de socios: USD 3.850, 00 (en un año)

Capacidad instalada

Radio La Luna representa la capacidad instalada para el proyecto. Esta emisora cuenta con todo el equipo necesario para la elaboración del programa de radio. Dentro del equipo de producción requerido constan:

- Consola de audio
- Dos computadoras
- Micrófonos con pedestales
- Audífonos
- Parlantes de estudio o pasivos
- Amplificadores
- Patch Phone
- Teléfono

Organigrama de producción:



Tecnología

De los recursos humanos que intervendrán para la ejecución del proyecto (cuatro personas), tres de ellos son estudiantes que egresaron o culminaron las carreras de periodismo, comunicación social y producción radiofónica.

Para el análisis de la capacidad de cada uno de ellos, se tomó en cuenta su pensum académico. Al haber terminado o concluido materias como Taller de locución y radio y lenguaje radiofónico, se define que cuentan con los conocimientos y destrezas necesarias para estar a cargo de un programa de radio.

La persona que participa en el programa como operador en el manejo de controles de la cabina master cuenta con la capacidad necesaria para sus actividades, las mismas que son respaldadas por la radio que lo emplea.

5.13 Estudio jurídico

Las políticas internas de Radio La luna solicitan que para la emisión de un programa, los gastos de publicidad deben ser compartidos entre el realizador o el productor del mismo y la radio. Por esta razón, el programa **En Primera Fila** va a ser una co-producción de los creadores del proyecto y la radio.

Radio La Luna no alquila los espacios de transmisión debido a que se hace responsable del contenido de cada programa. La radio acepta y comparte -previo análisis-, los criterios difundidos en el espacio establecido.

La responsabilidad del contenido de cada programa se basa en los artículos 39, 40 y 41 de la Ley de Radiodifusión y televisión, según decreto supremo N° 256-A, que dice:

Título IV DE LA PROGRAMACIÓN

Capítulo I DE LA RESPONSABILIDAD

Art. 39.- Toda estación radiodifusora y televisora goza de libertad para realizar sus programas y, en general, para el desenvolvimiento de sus actividades comerciales y profesionales, sin otras limitaciones que las establecidas en la Ley.

Art. 40.- La clase de concesión determina la naturaleza de los programas o actividades que la estación está facultada para llevar a cabo, salvo lo dispuesto en la Ley.

Art. 41.- (Reformado por el Art. 18 de la Ley s/n, R.O. 691, 9-V-95).- La responsabilidad por los actos o programas o las expresiones vertidas por o a través de las estaciones de radiodifusión y/o televisión, tipificados como infracciones penales, será juzgada por un juez de lo penal previa acusación particular, con sujeción al Título VI, Sección Segunda, Parágrafo Primero del Código de Procedimiento Penal Común.

*Ni la concesión en sí, ni el funcionamiento de la estación serán afectados por las penas que los jueces o tribunales impongan a las personas responsables.*⁵⁶

5.14 Estudio social

El público objetivo al que va dirigido el proyecto del programa de radio se basa en un público determinado, cuyas afinidades se destacan en el interés por el arte y las manifestaciones culturales.

Este grupo de personas generalmente cursan o ya han estudiado carreras afines a las ciencias sociales como Arte, Comunicación, Literatura, Filosofía, Sociología, Antropología, Arquitectura entre otras. Así mismo, pueden integrarse a este grupo estudiantes de colegios que tengan la afinidad por esta área.

Dentro de los efectos negativos se podría presentar lo difícil que representa la posibilidad de involucrar a un nuevo público que no tenga tanto interés en las

⁵⁶ Ley de Radiodifusión y Televisión (Decreto Supremo N° 256-A): URL: http://www.conartel.gov.ec/archivos/ley_reglamento_radio_tv2007.pdf Descargado 04/06/08

manifestaciones artísticas. Las personas que están fuera del target determinado son quienes podrían, de esta manera, obstaculizar el desarrollo del proyecto. Si este grupo no cuenta con bases académicas que no les motiven al interés por la cultura de un pueblo, ciudad, o de cada persona, no apoyará este programa.

Es difícil tener un acceso directo o influenciar positivamente sobre este grupo de personas -que lastimosamente son una gran parte de la población-, sino se explica los beneficios que obtendrían. Estos resultados no son tangibles, porque se trata de un aporte de incentivo a la educación y al conocimiento por lo que ya existe en nuestra ciudad desde hace muchos años.

Pero debido a la motivación para estos grupos, se puede llegar a obtener un cierto grado de interés, no precisamente por la cultura, sino por tener conocimiento de las actividades que suceden en la ciudad.

Los obstáculos en cuanto a la audiencia también pueden presentarse en las personas que no quieren o no apoyan a que quienes no tienen formación académica se interesen por el arte.

El interés, la motivación, la preocupación, la curiosidad y el ánimo por tener conocimiento de nuestras manifestaciones culturales es el único requisito que deben tener las personas que quieren escuchar y apoyar el programa de radio

En primera fila.

5.15 Estudio de la capacidad institucional

Las personas que están a cargo del proyecto somos estudiantes que no pertenecemos a ninguna empresa u organización social. Todos hemos finalizado nuestros estudios del periodismo en la Universidad de las Américas y Comunicación especializada en Periodismo Investigativo de la Universidad Salesiana.

Nuestra misión es informar e incentivar la actividad cultural y los conocimientos de arte e historia de la ciudad de Quito.

5.16 Estudio financiero

a) Plan de Inversión

ACTIVOS FIJOS	VALOR
Planta Física (oficina Radio la Luna)	USD 960
Equipo de producción (alquiler de equipos por hora)	8.700
Muebles y equipos de oficina	515
SUBTOTAL	USD 10.175
CAPITAL DE TRABAJO	
Material y útiles de oficina	USD 45
Mano de obra directa e indirecta	16.200
Gastos de operación y mantenimiento (movilización)	5.400
Alquileres y servicios (\$2.400 mensuales)	28.800
Imprevistos	3.000
SUBTOTAL	USD 53.445
TOTAL	USD 63.620

b) Estado de resultados

El plan de inversión y el flujo de caja en el que consta el costo del proyecto así como los ingresos y egresos del mismo, dieron como resultado:

Plan de Inversión:

- Subtotal de activos fijos	USD 10.175, 00
- Subtotal del capital del trabajo:	USD 53.445, 00
- Total del Plan de inversión	USD 63.620, 00 (al año)

Flujo de caja:

- Total de ingresos	USD 4.300, 00 (desde el primer mes)
- Total de egresos	USD 4.289, 00
- Saldo	USD 11, 00 (cada mes)

Desde el primer mes se obtiene un saldo a favor de \$11 (Ingresos menos egresos). Este valor se incrementa al doble para el saldo del mes siguiente, quedando así como punto de equilibrio el mes de Junio, puesto que el saldo es de \$110, y se restaría de los ingresos \$10 en el rubro que corresponde al aporte de socios. La utilidad en un año es de \$112.

Fuentes de financiamiento y sus condiciones

Datos del mes donde se registra el punto de equilibrio dentro del flujo de caja (Junio)

- Utilidad (ingresos menos egresos) = 111, 00

Total de ingresos: 4.400

Total de costos: 4.289

Utilidad: 111

Rentabilidad (utilidad /gastos de inversión)= 0.025

Utilidad: 111

Costos inversión 4.429

Rentabilidad 0.025

Beneficio (ingresos/ costo total)= 0.88

Ingresos totales 56.488 (al año)

Costo total anual 63.620 (al año)

Beneficio 0.88

5.17 ESTUDIO DE MERCADO

5.17.1 Análisis de la demanda

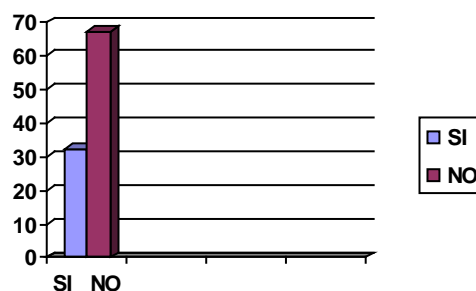
El programa de radio **En primera fila** se realiza por la necesidad de difundir la información cultural de la ciudad, de la manera más completa posible. Para esta creación, y debido, a la ausencia de un espacio en los medios tradicionales, se realizó una investigación previa. Se encuestó a 400 personas en las afueras de lugares donde se llevan a cabo eventos culturales en Quito.

La muestra que se tomó en cuenta (1.637.432 habitantes en el cantón Quito según el Consejo Nacional Electoral) son los ciudadanos entre los 18 y los 64 años, que están en capacidad de analizar un tema sobre cultura y darle aceptación al proyecto. Son los que pondrán más atención a lo que se dice en el programa de radio y sabrán valorarlo y juzgarlo con argumentos válidos. Los resultados resumen lo siguiente:

Las 400 personas encuestadas aceptan que no tienen conocimiento total de los eventos culturales que suceden en Quito debido a que ningún medio tradicional (televisión, radio y prensa escrita), los difunde por completo.

¿Tiene claro conocimiento de la mayoría de eventos culturales que suceden en Quito constantemente?

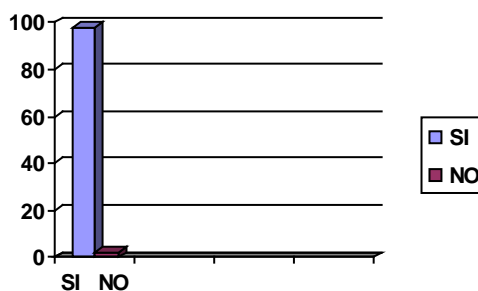
SI 32.5% NO 67.5%



Así mismo están de acuerdo en que se de un espacio propio y considerable en uno de los medios masivos para informar constantemente sobre la actividad cultural.

¿Está a favor que se debe dar un espacio propio y considerable a las diversas manifestaciones culturales en uno de los medios?

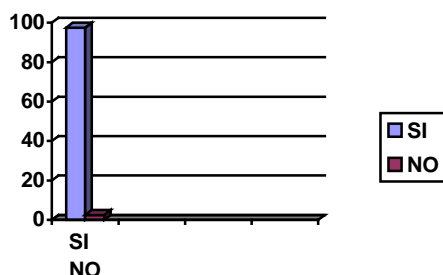
SI 97.5% NO 2.5%



Una gran parte también respondieron que si escuchan la radio con mucha frecuencia y particularmente lo hacen a partir de las 17:00. Una vez expuesta la intención de la creación de la agenda cultura interactiva en la radio, la población apoya la idea, y acepta el horario de las 18:00 para sintonizar el programa.

¿Apoyaría la implantación de un programa radial en el que se de protagonismo a los eventos culturales de Quito, con música de varios géneros, invitados e interacción con los radioescuchas?

SI 97.5% NO 2.5%



Luego de la aceptación por parte de la población encuestada, se concluye que el programa de radio “En Primera fila”, donde el eje es la difusión constante sobre eventos culturales de la ciudad, profundización de los mismos y sus protagonistas como invitados, y música de todos los géneros, tendrá acogida en la ciudadanía.

5.17.2 Análisis de la oferta

La investigación de la oferta y las posibles competencias del programa **En primera fila** se realizaron mediante un análisis de los programas transmitidos en radios de frecuencia modulada, en los que se habla de arte y cultura. No existe NINGÚN PROGRAMA en FM que se trate a los eventos culturales de Quito como eje principal. Muchos espacios tratan temas variados sobre todas arte, cine y literatura y pronuncian la agenda brevemente.

Sin embargo se consideran a estos programas en los que se informa un par de eventos compartidos con otros temas, como la competencia. Los programas investigados son únicamente los que se transmiten a diario, de lunes a viernes, Estos son:

Radio Sucesos

- *Concierto Sentido, con Ramiro Diez (15:00-18:00):*

Programa de arte e historia. El eje central de cada segmento es una pregunta o una sugerencia de los oyentes. Una vez expuesto el tema, se habla del mismo en intervalos acompañados por música clásica e internacional durante todo el programa. El conductor hace sugerencias o recomendaciones a los radio escuchas sobre algún libro, obra de teatro, película o evoca un hecho histórico trascendental en el ámbito cultural. Dentro de las tres horas que dura el programa se va anunciando en la última hora, una agenda cultural que no supera a los cuatro eventos diarios. Esta agenda solo recalca lugar, hora, fecha y costo de cada actividad.

Radio Visión

- *Desde mi visión, con Michelle Oquendo Sánchez (15:00 a 17:00):*

Programa de análisis sobre cine y actualidad. También se habla un poco de historia y de algunos personajes relevantes enfocados en su mayoría en la industria cinematográfica. La programación se comparte con música de diversos géneros y bandas sonoras. Semanalmente hay ciertos segmentos como las entrevistas, el personaje, la intervención de Luce de Perón (martes) o la cartelera de cine. En cada transmisión se publica una pequeña agenda cultural iniciar el programa, la misma que es leída por su conductora.

- *Sueños de papel, con Juana Neira (17:00 a 19:00):*

Programa enfocado esencialmente en temas de literatura. La conductora lee y recuerda a los oyentes ciertas obras literarias, pasajes, páginas de reconocidos libros o de nuevas obras. Se habla de literatura infantil, poesía, ensayo o teatro. También hay análisis bibliográficos y entrevistas

EN PRIMERA FILA (Agenda Cultural de Quito Interactiva)

Este programa de radio se distingue de los demás arriba mencionados, en su contenido informativo sobre diversas actividades culturales, debido a que ese

es su eje. El oyente participa –a más de con su opinión-, con un aporte informativo, volviéndose así en parte activa del programa.

Cada evento cultural mencionado en este espacio se explica y se escoge dos o tres para tratarlos a profundidad su contexto mediante reportajes, crónicas, noticias o entrevistas a sus protagonistas. Diariamente se transmitirán diez eventos (investigados por el equipo de reportería y por el respaldo de las instituciones que apoyan el proyecto).

La transmisión es de lunes a viernes en el horario de 18:00 a 19:00 a través de Radio La Luna, 99.3 FM. A más del eje de informativo de la agenda diaria, de la semana o el mes, se establecerá una temática para la complementación musical con canciones de todos los géneros. Esto se basará en tres temáticas diferentes por cada día que salga al aire:

- Lunes: Música clásica e internacional
- Martes: Trova y música protesta
- Miércoles: Rock
- Jueves: Alternativos: Ska, reggae, punk, funk, Hip hop
- Viernes: Especial del artista. Éxitos del artista del día.

La exigencia de la radio para el manejo de publicidad establece que cada anunciante que cancele los derechos de cupo completo obtendrá:

- Presentación y despedida más cuatro cuñas. Total mensual: 80 impactos.

- 30 bonificaciones en fin de semana. (Cuñas en sábado y domingo). Total general 110 impactos.

La tarifa del auspicio mensual por una cuña de 30 segundos es de \$ 800.

Las instituciones o entidades que no van a realizar un auspicio económico, entregarán su agenda diaria para la publicación en el programa, por un canje de entradas a sus eventos u otros premios para los oyentes.

Programación:

DIA	ESPECIAL	MÚSICA	PARTICIPANTES
Lunes	Entrevista: La charla	Académica e internacional	Locutores e invitado
Martes	Quito, historia, tradiciones y relatos	Trova	Locutores
Miércoles	El reportaje	Rock	Locutores y asistente
Jueves	Hablando de... (música, danza, teatro, literatura y cine)	Alternativa	Locutores
Viernes	El especial musical	Especial	Locutores e invitado

Segmentos:

- **La charla, segmento de entrevistas: (Lunes)**

Los invitados semanales para el segmento de entrevistas serán protagonistas de algún evento reciente, o un artista. Pueden ser actores, músicos, cantantes, pintores, escritores, poetas, bailarines, dibujantes o estudiantes y gente común que incursione recientemente en el mundo del arte.

- **Quito: historia, tradiciones y relatos (Martes)**

En el día en el que se hablará de Quito y su historia, se leerán algunas tradiciones, costumbres, festividades y leyendas que son comunes o poco conocidas en la ciudadanía. Una vez al mes se transmitirá una micro leyenda pregrabada.

- **El reportaje (Miércoles)**

En este segmento se publicará un pequeño reportaje de tres a cuatro minutos, sobre algún evento cultural trascendental. Dentro de estos temas pueden estar los festivales artísticos, nuevos actores culturales o nuevas tendencias, noticias del mundo del arte, lugares turísticos y tradiciones de la ciudad

- **Hablando de... (Jueves)**

En el segmento de los jueves está dedicado a tratar diversos temas sobre alguna de las artes en específico. Se hablará de artes escénicas, artes plásticas, música, cine o literatura. Dentro de los temas pueden constar técnicas, historias, personajes, nuevas o clásicas obras, películas, artistas de cada género, entre otros.

- **El especial musical (Viernes)**

En el último día de la semana se hablará en particular sobre la biografía y la trayectoria de un artista o grupo musical. Durante el transcurso del programa se pasarán algunos de los éxitos o las piezas del artista en mención. Si el artista es nacional, se realizará una entrevista con música en vivo. (Programa demo)

Pauta diaria recomendada:

GUION DIARIO (Sujeto a cambios)	
HORA	ACTIVIDAD
18:00	Inicio de programa con audio de identificación
18:01	Audio auspiciantes
18:02	Presentación de conductores (temas del día)
18:03	Pieza musical
18:08	Información agenda cultural (tres eventos)
18:10	Espacio publicitario (4 cuñas)
18:12	Cuña auspicio segmento
18:12	Entrevista
18:26	Pieza musical
18:30	Espacio publicitario (4 cuñas)
18:32	Información agenda cultural (tres eventos)
18:34	Pieza musical
18:40	Espacio publicitario (4 cuñas)
18:42	Explicación evento cultural
18:50	Espacio publicitario (4 cuñas)
18:52	Información agenda cultural (cuatro eventos)
18:54	Despedida
18:55	Pieza musical
18:59	Audio auspiciantes

5.18 VIABILIDAD

- La Agenda Cultural en Quito crece diariamente en cantidad e importancia, por lo que requiere ser difundida para aportar con el turismo de la ciudad de Quito como Patrimonio Cultural de la Humanidad.
- La falta de difusión sobre la gran cantidad de actos culturales que suceden en Quito genera un vacío de conocimientos en la población quiteña. Este vacío no aporta al interés ciudadano por conocer nuestra cultura e historia; y es fundamental conocer todo acerca del lugar en el que vivimos.
- Ocupar un espacio en la radio representa el poder llegar a un público fiel y determinado, que sabe a que hora y en que emisora se informa sobre la Agenda Cultural. El oyente puede, gracias a la tecnología portátil, escuchar la radio en cualquier lugar donde se encuentre. De esta manera acudirá al evento promocionado que más cerca esté de su ubicación.
- La participación del oyente para promocionar un evento cultural de su conocimiento o autoría, motiva al resto de radioescuchas a generar eventos culturales y promocionarlos públicamente mediante ese medio. Existe una gran cantidad de grupos, estudiantes, organizaciones y otros autores que realizan diversas actividades para conocer nuestra cultura.
- Un programa de radio no afecta en ningún aspecto a la contaminación ambiental. A diferencia de los afiches con la agenda que se pegan en paredes y lugares públicos, o la repartición de volantes o trípticos que terminan en el suelo o el basurero, el programa va a promover campañas para el cuidado del medio ambiente.

BIBLIOGRAFÍA

- ALTIERI, Angelo, ¿Qué es cultura?
<http://www.lidiogenes.buap.mx/revistas/4/a2la4a3.htm>
- ARENCIBIA, Mario, Génesis del concepto cultura: de Marco Tulio Cicerón a Johan Goofried Von Herder,
<http://www.eumed.net/libros/2006a/mga-02/1c.htm>
- AGUIRRE, Jesús, *Características de la cultura de la pobreza según Oscar Lewis*, PDF
- AUSTIN Tomas “La visión positivista de la cultura”, Para comprender el concepto de cultura Área de Antropología, Chile, 2000. [versión en PDF]
- Breve reseña histórica de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión,
www.cce.org.ec 31 de mayo de 2007
- Colegio de Periodistas de Pichincha, Manual de periodismo cultural, Ediciones CPP, Quito Ecuador, 1997.
- Cultura Mediática, *La perspectiva crítica*, Los aportes de la Escuela de Frankfurt, [<http://cultura.wordpress.com/2009/02/28/los-aportes-de-la-escuela-de-frankfurt>]
- Cultura, Portal de la UNESCO <http://portal.unesco.org>
- ECO, Umberto, Apocalípticos e integrados, Editorial Lumen, Barcelona 2007

- El Estudio de la historia de la cultura,
http://www.wikilearning.com/monografia/la_historia_de_la_cultura-el_estudio_de_la_historia_de_la_cultura/1883-2
- Entrevista al francés Edgar Morín, (pensador, historiador, filósofo, sociólogo y abogado), realizada por Enric Saperas (profesor de Teoría de la comunicación e investigador de televisión y representante de identidades)
- GUERRERO ARIAS Patricio, La Cultura, Ediciones Abya Yala, Quito, , 2002
- HILDEBRANT, Martha, Niveles de habla,
http://academiaperuanadelalengua.org/peruanismos/niveles_de_habla
- HORKHEIMER, M. y ADORNO, Th., Dialéctica del Iluminismo, La Industria Cultural. Iluminismo como mistificación de las masas. Buenos Aires, Sudamericana, 1988.
- La cultura y su periodismo, NAVARRO Fidela, www.saladeprensa.com
- Lenguaje activo y pasivo para radio, *Radialistas Apasionados y Apasionadas*, <http://www.radialistas.net/clip.php?id=1400222>
- Ley de Radiodifusión y Televisión (Decreto Supremo N° 256-A, [http://www.conartel.gov.ec/archivos/ley_reglamento_radio_tv2007.pdf, en línea] visitado 04/06/08
- LOBETO, Claudio, Cultura popular: Hacia una redefinición,
http://www.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/C/cultura_popular.htm

- MONTESINOS, Hernán, Significado de la palabra cultura.
<http://www.sociologando.org.ve/pag/index.php?id=33&idn=55>
- Nueva casa y nuevo barrio para la fiesta de El Socavón, Diario El Comercio, Viernes 18 de julio de 2003
- ORTIZ, Gonzalo, Quito, historia y Destino, Editoriales Trama, Quito, 2006
- ORTEGA, Félix y HUMANES, María Luisa, Algo más que periodistas. Sociología de una profesión, Ariel, Barcelona, 2000
- PONCE, Amparo, Quito, Panorama Urbano y Cultural, Serie Quito N° 10, Municipio Metropolitano de Quito, 1994
- Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad, Sitio Oficial Turístico de Quito,
http://www.quito.com.ec/index.php?page=shop.browse&category_id=51&option=com_virtuemart&Itemid=90&vmcchk=1&Itemid=90
- Quito Cultura, <http://www.quitocultura.com/home%20new.swf>
- *Quito Eterno, la ciudad ayer y hoy*, Ediciones Paralelo Cero, Quito, 1976
- RIVERA, Jorge B.: El periodismo cultural, Paidós Estudios de Comunicación. Buenos Aires. 1995.
- RUANO, Soledad, Concepción clásica de la cultura: Escuela de Frankfurt, Cultura y Medios de la escuela de Frankfurt a la convergencia Multimedia

- RAMIREZ Mario, Ilustración y Cultura, Kant y Hegel: dos modelos del concepto de cultura en la Filosofía moderna, La Lámpara de Diógenes, Revista de Filosofía, números 14 y 15, 2007
- TUBAU, Iván: *Teoría y práctica del periodismo cultural*. Editorial ATE Textos de Periodismo. Barcelona, España, 1982.
- VARGAS, José, La perspectiva sociológica: La sociocultura, La culturocracia organizacional, Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Ciencias sociales
- VILLA, María, El periodismo cultural, reflexiones y aproximaciones, publicado por la Revista LATINA de Comunicación Social, 1998
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/83mjv.htm>

ANEXO N° 1

ANTEPROYECTO DE TESIS

PROPUESTO POR: Andrea Medina Donoso	CARRERA: Periodismo
NUMERO DE MATRÍCULA: 106187	SEMESTRE QUE CURSA: Octavo
PROFESOR GUÍA: Alfonso Espinoza	FECHA: Quito 06 de julio de 2009

1. TITULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Estudio del concepto de cultura y de periodismo en esa área para la difusión de la agenda de eventos artísticos de Quito a través de un programa de radio.

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

La oferta cultural en la capital del Ecuador ha crecido en los últimos años, tanto en número como en importancia. Así lo afirma Quito Cultura, la empresa municipal encargada de la difusión de eventos culturales de la capital.

Posteriormente, durante el año 2004, y dentro del marco de la nominación de Quito Capital Iberoamericana de la Cultura, esta agenda cultural creció notablemente llegándose a promocionar mensualmente más de 100 actividades entre propias, realizadas por el Municipio a través de sus diferentes direcciones y empresas, y las actividades ejecutadas por otras instituciones que se sumaron para ser parte de esa agenda cultural de la ciudad.⁵⁷

⁵⁷ Portal Web Quito Cultura Empresa Metropolitana de cultura, Introducción, <<http://www.quitocultura.com/>>, [consultado: 30 de junio de 2009, 22:00]

Diversas actividades ocurren a diario en varios lugares de la ciudad. Por esto, hay una agenda cultural que se publica mensualmente en lugares como los siguientes:

- **Teatros:** Fundación Teatro Nacional Sucre (Teatro Nacional Sucre, Teatro México, Teatro Variedades Ernesto Albán, Centro Cultural Mama Cuchara y Plaza del Teatro)⁵⁸, Casa de la Cultura (Teatro Prometeo, Teatro Nacional, Teatro Contraelviento)⁵⁹, Patio de Comedias, Casa Malayerba.
- **Cafeterías:** Este Café ⁶⁰, Café Galería Killa Sisa, Café Libro, La Naranjilla Mecánica
- **Centros culturales:** Metropolitano, Itchimbía, Casa de la música⁶¹, Planetario IGM, Mundo Juvenil, Centro Cultural de la Universidad Católica, Alianza Francesa, Asociación Humboldt, Casa Cultural Afroecuatoriana Con Manos de Ébano, Casa Cultural Trude Sojka, , Casa del artista, Centro Cultural Tianguéz, Centro Cultural Guápulo, Cine Ocho y Medio, Casa del Artista
- **Museos:** Museo de la Ciudad, Centro de Arte Contemporáneo, Yaku: Museo del Agua, Museo del Banco Central, Museo de Sitio de Cotocollao, Museo etnohistórico Mindalae, Museo Alberto Mena Caamaño, Museo Nacional, Museo Amazónico de la Universidad Salesiana, Museo Interactivo de ciencia.

⁵⁸ Portal Web de la Fundación Teatro Nacional Sucre, Calendario de eventos del mes de Junio, <<http://www.teatrosucre.com/calendario/calendario.php>>, [consultado: 30 de junio de 2009, 22:15]

⁵⁹ Portal Web de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión, Agenda Junio 2009, <<http://cce.org.ec/ccenew/>>, [consultado: 30 de junio de 2009, 22:16]

⁶⁰ Portal Web de la cafetería Este Café, <<http://www.estecafe.com/>>, [consultado: 30 de junio de 2009, 22:18]

⁶¹ Portal Web de la Casa de la Música Agenda del mes, <<http://www.casadelamusica.ec/agenda/index.php?PHPSESSID=b75e4dc9452bb173a556322f65facbd7>>, [consultado: 30 de junio de 2009, 22:24]

- **Galerías:** Posada de las Artes Kingman, Capilla del hombre, Casa Cultural y Galería La Ronda, Galería Taller Opus 2000, Fundación Guayasamín

Por ejemplo en este mes (Junio 2009), se presentan en cartelera algunas de estas actividades, las mismas que no son de conocimiento público:

Exposición “La Revolución Quiteña”

Fecha: todo el mes

Lugar: Centro de Arte Contemporáneo (Ex Hospital Militar)

Exposición de Pinturas y Esculturas de Trude Sojka

Fecha: todo el mes

Lugar: Casa Cultural Trude Sojka

Presentación de la Obra de Teatro “Tetragrama”

Fecha: hasta el 14 de junio

Lugar: Patio de Comedias

Exposición “Memorias del Clima: Los Glaciares”

Fecha: hasta el 30 de agosto

Lugar: Yaku Parque Museo del Agua

“Tres Diablos”. Exposición de la Bitácora Pictórica, Pretatuaje e Ilustraciones

Fecha: hasta el 15 de julio

Lugar: Galería La Naranjilla Mecánica

Este calendario de eventos artísticos no tiene un espacio propio en los medios de comunicación tradicionales para su difusión. Se publica una agenda cultural, pero no hay un programa en radio o televisión, ni una sección en prensa escrita, donde este conjunto de eventos diarios sea el eje principal. Este vacío

se puede explicar debido a varias razones, y son precisamente estas, los objetos de análisis de la investigación.

Uno de los motivos para que no se le dé la importancia necesaria a la agenda cultural, se puede relacionar a la acepción que el periodismo y los medios de comunicación tienen del significado de la palabra cultura. Este término se asocia erróneamente al arte y a grupos elitistas de la sociedad.

Este concepto de cultura reproduce la vieja concepción romántica e iluminista del cultivo del espíritu. La cultura se limita al universo cognitivo, y educativo, está unido a las ideas, el conocimiento, la instrucción, el universo académico de las letras, el arte, la filosofía.⁶²

Por ejemplo, la revista *Artes*, del periódico La Hora, publica artículos que están escritos con un lenguaje complejo, que no es de fácil entendimiento para lectores que desconocen el tema.

Tomando como ejemplo el análisis del concepto de esta palabra que expone Patricio Guerrero, se dice que cultura es el conjunto de expresiones y la conducta del hombre que vive en una sociedad. El arte es tan solo una de las formas de expresión del ser humano.

La cultura es una conducta compartida, una forma de pensar o actuar. Para considerarla parte de una cultura debe ser compartida por los miembros de la sociedad... Otro criterio que refuerza la visión de la cultura como conducta social aprendida es la consideración de la cultura como un atributo supra individual, es decir, no es un atributo que cada individuo posee *per se*, sino que es un atributo social, que posee por ser parte de una sociedad concreta.⁶³

Los medios tienen su propia percepción de lo que significa cultura y la aplican en la cobertura periodística. Al no tener un concepto más amplio de esta terminación y de la labor del periodismo cultural, no se publica una agenda más detallada. Por esta razón la ciudadanía no conoce la ocurrencia de los eventos artísticos en su totalidad, y no tiene una explicación de la importancia de cada uno de ellos.

⁶² GUERRERO Patricio “*Nuevas perspectivas*” *La Cultura*, Quito-Ecuador, 2002, pág. 45

⁶³ *Ibíd.* “*La cultura como conducta compartida*”, pág. 54

Un ejemplo de esto se presenta en el programa “Desde mi visión” de Michell Oquendo que se transmite por Radio Visión. En este espacio la actividad cultural es parte del contenido, pero no hay una publicación constante de algunos eventos que suceden a diario. Si se expone uno de ellos, es por actualidad o por la presencia de algún invitado relacionado al hecho.

La deficiencia en la difusión del calendario cultural -visto desde este enfoque-, se puede atribuir a los medios, porque son los encargados de informar todo lo que sucede en la sociedad. Mientras no se tenga claro un significado de cultura, tampoco habrá un concepto de lo que es y cómo se ejerce un periodismo cultural.

Es importante para una ciudad como la nuestra -considerada como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en noviembre de 1978-, que sus habitantes estén al tanto de lo que sucede en ella en este ámbito.

Quito es una ciudad en la que se pueden encontrar con facilidad manifestaciones artísticas. Así lo reitera el Sitio Oficial Turístico de Quito en la Web, y es lo que nos compromete a ser parte de este conocimiento. “Todo Quito es un escenario para las artes y la cultura. En los espacios públicos, las plazas y calles del Centro Histórico, las librerías, los auditorios...”⁶⁴

La información básica de cada evento (lugar, fecha y hora), debería estar complementada con información que exponga más detalles del suceso. Así se podrá reconocer la importancia que tiene la ciudad como escenario y de sus habitantes, como creadores artísticos. Por eso es necesario el establecimiento de un espacio particular, en el que un correcto periodismo cultural difunda la mayor parte de la actividad artística de la capital.

⁶⁴ Sitio oficial turístico de Quito, *Arte y cultura*, <<http://www.quito.com.ec/index/>>, [consultado: 30 de junio de 2009, 23:02]

3. OBJETIVO GENERAL

Definir qué es cultura y cuál es la labor del periodismo en la difusión de la agenda cultural de Quito a través de un programa de radio

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Establecer un concepto de cultura y su tratamiento, en los medios de comunicación.
2. Definir la tarea del periodismo cultural para con sus receptores y su desenvolvimiento en los medios tradicionales.
3. Identificar el contenido de la oferta cultural y artística diaria de Quito, sus protagonistas y contexto.
4. Analizar la situación actual de la agenda cultural de Quito frente a su población.
5. Estructurar la programación de un espacio en radio cuyo eje sea la difusión constante de los eventos de la agenda cultural de Quito, su contenido y entrevistas a sus protagonistas.

5. METODOLOGÍA

Para determinar las estrategias necesarias para el establecimiento de un espacio en uno de los medios de comunicación, en el que se difundirán eventos culturales, se utilizará las siguientes herramientas de investigación:

- Diálogo: Entrevistas a expertos en estudios de la cultura, periodistas especializados en su tratamiento y cobertura y a expertos en arte

- Observación y análisis: Observación de la actividad cultural que se lleva a cabo en Quito. Análisis comparativo sobre la posible competencia de la propuesta presentada, que en este caso son los espacios en radio que incluyen la agenda cultural en su contenido
- Documentación: Recolección de datos sobre bases teóricas de conceptos de cultura y de periodismo cultural. (Mencionados en la bibliografía).

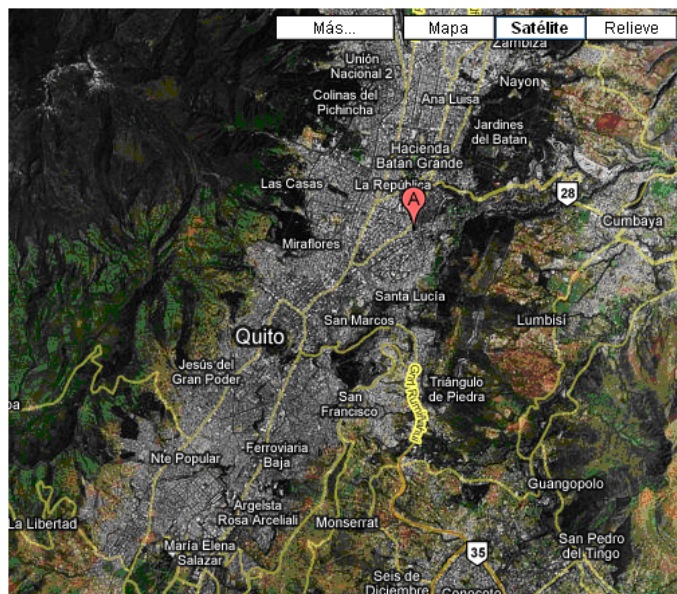
Con los datos obtenidos en la investigación se analizará cada uno de ellos, tabulados y aplicados según la muestra a utilizar.

Se aplicará un enfoque mixto, puesto que este constituye el mayor nivel de integración entre los enfoques cualitativo y cuantitativo, y porque en las encuestas se realizarán preguntas abiertas y cerradas. Esto con el fin de conocer la percepción que los encuestados tienen sobre el tratamiento del periodismo cultural.

Por esta razón, la muestra determinada será tomada de personas de entre 18 a 60 años, que tengan interés en conocer la actividad cultural diaria que ofrece la ciudad. De esta población se extraerá una muestra representativa y aleatoria aplicando fórmulas estadísticas.

El alcance será exploratorio descriptivo porque permitirá constatar el comportamiento de las variables en situaciones reales, partiendo del análisis de conceptos de cultura y periodismo cultural, hasta el estudio de la oferta de eventos, para posteriormente describirlas y elaborar una propuesta.

Determinación de los parámetros



Fotografía del Distrito Metropolitano de Quito, Google Earth

La investigación se realizará en la ciudad de Quito, tanto en el área urbana como rural, puesto que el alcance de la radio a través de la cual se transmitirá el programa, cubrirá a todo el Distrito Metropolitano. También porque se hablará de los eventos que suceden en todo el cantón.

Esta muestra será tomada de los ciudadanos mayores de 18 años, por considerarlos en capacidad de comprender las manifestaciones artísticas que suceden en Quito. Son quienes pondrán más atención a lo que se diga en un programa, y sabrán valorarlo y juzgarlo con argumentos válidos.

Además porque el proyecto o propuesta de un programa de radio que informe sobre la oferta cultural, estará dirigida a personas mayores de 18 años en adelante.

La población será el número total de empadronados en el cantón Quito según el Consejo Nacional Electoral: 1.637.432 habitantes en el Distrito Metropolitano de Quito. Datos actualizado hasta el 2009.

6. TEMARIO INICIAL DEL TRABAJO

Capítulo I

1. Definición de la palabra cultura

1.1 ¿Qué se entiende por cultura?

1.2 Acepciones de cultura

1.2.1 La cultura en la historia

1.2.2 Cultura popular

1.2.3 Cultura de masas y cultura de las élites

1.2.4 Cultura como conjunto de manifestaciones artísticas

1.3 La cultura y el periodismo

1.4 Escuela de Frankfurt

1.2.1 La comunicación a través de la Teoría Crítica

1.2.2 La industria cultural del siglo XX

Capítulo II

2. Periodismo cultural

2.1 Definición

2.2 Objetivos del periodismo cultural

2.3 El tratamiento de la cultura por los mass medias

2.3.1 En televisión

2.3.1.1 Segmentos de cultura

2.3.2 En prensa escrita

2.3.2.1 Segmentos de la agenda cultural

2.3.3 En radio

2.3.3.1 Emisoras y programas de cultura en frecuencia modulada

2.3.2.2 Publicidad y costo de cuñas en los programas de cultura

2.3.2.3 Horario de transmisión de los programas culturales

2.3.2.4 Contenido de los programas culturales

2.3.2.5 Complementos

2.3.4 Revistas

2.3.5 Internet: informativos culturales virtuales

2.3.5.1 Blogs culturales

2.3.5.2 Redes sociales

2.4 Efectos sobre la de difusión de una agenda cultural

2.4.1 Responsabilidad de los medios y su línea informativa

2.4.2 Necesidad del conocimiento de un calendario de eventos artísticos

Capítulo III

3. Oferta cultural y agenda de eventos

3.1 Actividad cultural cosmopolita

3.2 Entidades que difunden las actividades culturales

3.2.1 Empresa privada

3.2.2 Municipio: Quito Cultura

3.2.3 Organizaciones y fundaciones sin fines de lucro

3.2.4 Otros medios alternativos

3.3 Agenda Cultural

3.3.1 ¿Qué trata una Agenda Cultural? Contenido

3.3.2 Difusión de la Agenda Cultural de Quito

3.3.3 Protagonistas de eventos culturales

3.3.3.1 Teatro

3.3.3.2 Música

3.3.3.3 Danza

3.3.3.4 Artes plásticas

3.3.3.5 Cine

3.3.3.6 Literatura

3.3.3.7 Otras actividades

3.4 Escenarios y organizadores de la actividad cultural en Quito

3.4.1 Museos

3.4.2 Instituciones particulares y empresas privadas

3.4.3 Fundaciones y organizaciones

- 3.4.4 Movimientos independientes
- 3.4.5. Formas de difusión del calendario cultural
- 3.5 Quito, Patrimonio Cultural de la Humanidad
 - 3.5.1 Importancia para Quito el nombramiento de la UNESCO
 - 3.5.2 Quito y la actividad cultural
 - 3.5.2.1 Importancia de la actividad cultural en la ciudad

Capítulo IV

4. Análisis situacional

Capítulo V

5. Propuesta

- 5.31. Resumen del proyecto
 - 5.31.1. Introducción del programa de radio
 - 5.31.2. Contenido diario
 - 5.31.3. Encargados y conductores
 - 5.31.4. Horarios de transmisión
 - 5.31.5. Publicidad
 - 5.31.6. Target del programa de radio
- 5.32. Formulación del problema
- 5.33. Objetivos y metas
- 5.34. Localización
- 5.35. Ubicación en el tiempo

7. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1. Definición de la palabra cultura

La palabra cultura tiene más de una significación o definición. Así lo aseguran quienes la toman como eje de estudio al tratarla desde diversos enfoques. Se conoce que hay una cultura política, sociológica, antropológica, popular y hasta hay autores que exponen el concepto de una cultura de masas. Y a esta revisión también se le debe añadir el significado etimológico de la palabra cultura; la terminación viene del latín *colere* y significa cultivar.

La cultura puede ser estudiada desde algunas dimensiones. Patricio Guerrero, en su guía para comprender el concepto de cultura, afirma que esta no es más que el producto de las actividades del hombre que vive y forma parte de una sociedad. Por esta razón se explica la importancia que tiene un análisis polisémico de la cultura. “Una aproximación a una estrategia conceptual de la cultura debe hacérsela desde perspectivas que muestren sus dimensiones contra hegemónicas”.⁶⁵

Uno de estos enfoques es la percepción que la sociedad tiene del significado de cultura. Existe en el imaginario colectivo la tendencia errónea a relacionar la palabra con el arte. También se vincula el término con la educación.

Parte de la confusión con el concepto de cultura surge cuando se le usa como expresión y manifestación de las bellas artes, especialmente en diarios y revistas; de donde se interpreta que las personas instruidas y conocedoras de las artes y de otras gentes son muy instruidas, asumiéndose que hay toda una gradación hasta los "incultos" (carentes de cultura)...⁶⁶

Con esta justificación o por la asociación inevitable que se le dio a la cultura con las bellas artes desde hace cientos de años, hay estudios de una “cultura

⁶⁵ GUERRERO Patricio, “La cultura como respuesta contra hegemónica”, *La cultura*, Quito-Ecuador, 2002, Pág. 85

⁶⁶ AUSTIN Tomas “Uso y acepciones de la palabra cultura”, Para comprender el concepto de cultura *Área de Antropología*, http://www.geocities.com/tomaustin_cl/ant/cultura.htm, [consultado: 21 de julio de 2009, 22:44]

elitista”. Así califican a la primera percepción que se tuvo de este término, el mismo que es reemplazado después por una llamada *cultura popular*.

La existencia del elitismo ha sido debatida vívidamente desde la época del romanticismo heroico. Con la resurrección de la percepción del genio durante el romanticismo, el elitismo se volvió una palabra de saludo. Mi postura ambivalente durante muchos años al elitismo cultural, tiene un carácter de relación amor-odio [.]⁶⁷

Esta percepción se presenta debido al entendimiento antiguo de cultura, esencialmente desde la época de las grandes civilizaciones. En Grecia por ejemplo, cultura eran las bellas artes, y cultos quienes tenían habilidad para las mismas. La cultura fue aristocrática porque no todos podían acceder a ella. “En la Grecia antigua, el término correspondiente a cultura (era *paideya* (lit. crianza de un niño; Met. Instrucción, educación perfecta) Se entendía por *educación perfecta o refinada* la que proporcionan las *buenas artes*”.⁶⁸

Lo mismo ocurría en la Edad Media. Aún persistía la idea de relacionar la cultura con la aristocracia. Sin embargo se suma una nueva idea que tiene que ver con el contexto religioso del Medioevo. La cultura es un auxiliar para la Teología y para la enseñanza de una teoría cristiana. “Fin de la cultura es la preparación del hombre para el cumplimiento de los deberes religiosos y la consecución de la vida ultra terrenal [.]⁶⁹”

Pero con la llegada del Renacimiento el significado de cultura sufre una considerable evolución. La razón humana existe y sobresale con la Ilustración, por lo tanto la cultura es un producto de ese razonamiento.

“Es aquí cuando nuevamente se vuelve a hablar del sentido de la cultura como cultivo del espíritu, que se va formando alrededor de una sociedad burguesa, que termina su estructuración a finales del siglo XVIII con la revolución francesa. Pero es en este momento histórico cuando se incorpora la visión de cultura como totalidad.”⁷⁰

⁶⁷ CASTRO Alfredo, “*La maldición y gracia del elitismo cultural*”, <http://www.heterogenesis.se/Ensayos/Textos/CastroCas.html> , [consultado: 21 de julio de 2009, 23:10]

⁶⁸ ALTIERI Angelo “¿*Qué es la cultura?*”, *Idiógenes*, <http://www.idiogenes.buap.mx/revistas/4/a2la4a3.htm> , [consultado: 21 de julio de 2009, 23:40]

⁶⁹ *Ibíd.*, “¿*Qué es la cultura?*”

⁷⁰ GUERRERO Patricio “*La cultura según la Ilustración*”, *La Cultura*, Quito- Ecuador, 2002, Pág. 37

En la época contemporánea se rompen algunos conceptos establecidos, y aparece un enfoque antropológico de la cultura. “En la Edad Contemporánea se entiende por cultura cualquier tipo de manifestación que indique una tradición, un cultivo en el modo de ser humano”.⁷¹ Según algunos expertos en esta ciencia, la cultura ya no es limitada y se la define como todo aquello que hace o rodea al hombre. “La cultura mirada desde una perspectiva antropológica es el complejo total que incluye conocimientos, creencias, artes, leyes, moral, costumbres, y cualquier habilidad adquirida por el hombre como miembro de una sociedad.”⁷²

Pese a que la cultura ya no está ligada a la aristocracia, sigue siendo parte de un grupo determinado; a partir de la edad contemporánea este grupo es la burguesía.

Con el surgimiento del capitalismo, la burguesía se apropia de la producción de cultura ligándola de nuevo al arte. A partir de aquí se expone la posible existencia de una cultura de masas, la misma que se relaciona al consumismo propio de la época. “La cultura de masas es el resultado de un proceso similar al de la producción industrial masiva y seriada, que produce una cultura para el consumo masivo y que por lo tanto está destinada al mercado...”⁷³

Nace lo que unos definen como “industria cultural”. La burguesía vuelve a fusionar cultura y arte, separando a la “cultura de masas” o “anti cultura” del conocimiento que tiene una clase social privilegiada. “Nace con el acceso de las clases subalternas al disfrute de los bienes culturales y con la posibilidad de producir estos últimos mediante procedimientos industriales”.⁷⁴

⁷¹ “*El estudio de la historia de la cultura*”, Monografía creada por Creative Commons. Extraído de: <<http://www.geocities.com/CollegePark/Pool/2741/> 30 de Noviembre de 1999> [consultado: 21 de julio de 2009, 24:30]

⁷² GUERRERO Patricio “*Aproximación a una estrategia conceptual de cultura*”, *La Cultura*, Quito-Ecuador, 2002, Pág. 36

⁷³ *Ibíd.* “*La cultura de masas*”, Pág. 68

⁷⁴ ECO Umberto “*Introducción*”, *Apocalípticos e integrados*, Barcelona-España, 2007, Pág. 33

La cultura de masas es lo que la burguesía llama cultura popular. Humberto Eco en su obra *Apocalípticos e integrados* trata de explicar este conflicto que se da entre quienes quieren que el arte sea exclusivo, y quienes no. En la Edad Moderna, según Eco, se califica como ‘apocalíptica’ esta nueva visión de cultura popular que tienen los “integrados”.

Los historiadores observan que la recolección de las costumbres populares no era un interés mayor del hombre educado en el inicio de la era moderna en Europa. Con todo, desde el siglo XVI una serie de escritores procuraron abordar la temática de la cultura popular, aunque desde una perspectiva normativa y reformista.⁷⁵

Con este contexto se puede llegar a entender a la cultura desde dos campos: el de las manifestaciones y el de las representaciones. Y dentro de las manifestaciones es lo que según Patricio Guerrero en su obra *La Cultura*, afirma que se puede entender por ella como un conjunto de expresiones artísticas. “El campo de las manifestaciones corresponde al de los objetos, las artesanías la música, la danza, las fiestas y ritualidades, la vestimenta, la comida, la vivienda, las prácticas productivas, los juegos [.]”⁷⁶

2. El periodismo cultural

Antes de concretar la función del periodismo cultural es trascendental conocer la responsabilidad social que tiene el periodismo. La sociedad es el bien supremo de la información, por ello el aportar con la formación de los ciudadanos que confían en un trabajo periodístico de calidad es un compromiso para los comunicadores.

El periodista es el profesional que aplica las reglas para evaluar que interesa, y en qué grado, también qué merece ser considerado noticia y en qué medida tiene relación con otras noticias, qué tipo de noticia es y cómo ha de clasificarla [.]⁷⁷

⁷⁵ ORTIZ René, “*El espíritu de anticuario*”, Notas históricas sobre el concepto de cultura popular

⁷⁶ GUERRERO Patricio “*La cultura como construcción sistémica*”, La Cultura, Quito-Ecuador, 2002, Pág. 79

⁷⁷ AGEJAS José y SERRANO Francisco “*Naturaleza ética de la información periodística*”, Ética de la comunicación y de la información, Editorial Ariel, Pág. 49

El periodismo cultural también tuvo algunos conceptos que fueron variando con el tiempo, y las diferentes percepciones que se tenía de la palabra cultura a lo largo de la historia. Si al comienzo se relacionaba este término con la aristocracia y las bellas artes, el periodismo cultural difundía las expresiones artísticas para las clases sociales privilegiadas.

El llamado periodismo cultural se ajustó a lo largo de su desarrollo histórico a dos concepciones básicas de la cultura: la concepción ilustrada que restringía el campo a las reproducciones selectivas de las bellas artes y la que ampliaba hasta convertirlo en una muestra más abarcativa e integradora.⁷⁸

Con el fin de entender la función que debe cumplir el periodismo cultural, se puede tomar como base la teoría de comunicación creada por la Escuela de Frankfurt (1924-1932). El tener como objeto de estudio el impacto de las industrias culturales que surgen a partir del siglo XX, se entiende que este tipo de periodismo estudiará o “analizará los contenidos y cambios culturales de la época”⁷⁹, tal y como lo hizo esta Escuela. Mediante la aplicación de la Teoría Crítica que consiste en “la crítica de la sociedad occidental capitalista y consumista contemporánea”,⁸⁰ el periodismo cultural puede identificar las manifestaciones artísticas que se producen no sólo en la industria cultural, sino en toda la sociedad.

Para llegar a una aproximación del concepto que se encaje mejor al tratamiento del periodismo cultural actual, se recogerán también algunas percepciones. Por ejemplo, el periodista español Iván Tubau afirma que sólo se trata de publicar los productos culturales que ofrece la sociedad. Así lo cita en su texto “Teoría y práctica del periodismo cultural”, en el que reitera que “periodismo cultural es la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación”.⁸¹

⁷⁸ RIVERA Jorge “*El periodismo y el concepto de cultura*”, El periodismo cultural, Buenos Aires-Argentina, 2003, Pág. 15

⁷⁹ RUANO Soledad “*Concepción clásica de la cultura: Escuela de Frankfurt*”, Cultura y medios; de la Escuela de Frankfurt a la Convergencia Multimedia, 2006, Pág. 60

⁸⁰ ORTOLANO Mariel “La perspectiva crítica”, Los aportes de la Escuela de Frankfurt, Portal Web Cultura Mediática, <http://cultura.wordpress.com/2009/02/08los-aportes-de-la-escuela-de-frankfurt/>, [consultado: 09 de agosto de 2009, 23:34]

⁸¹ TABAU Iván, Teoría y práctica del periodismo cultural, Barcelona-España, 1982

Situación similar expone Rodrigo Villacís Molina, en el *Manual de Periodismo Cultural*. Una vez más se dice que este tipo de periodismo se encarga de dar a conocer la oferta cultural de la sociedad, siempre y cuando se trate de arte y sus diferentes formas de expresión. “El periodista cultural tiene que estar preocupado por lo que en el mundo del arte ocurre todos los días. Según Dovifat, el periodismo cultural se ocupa de la creación artística y de la ciencia, en sus aspectos informativo y crítico”.⁸²

Por otro lado está la versión del periodista argentino Jorge Rivera, quién afirma que el periodismo cultural es mucho más complejo que la cobertura de las bellas artes. Rivera explica con su percepción que el periodismo cultural aborda también la heterogeneidad que tiene la cultura y sus expresiones.

Es una zona 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 del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos [...].⁸³

Para identificar si es que el periodismo cultural en la actualidad realiza o no un aporte a la ciudadanía, se analizará mediante esta investigación el contenido del mismo. La periodista Milagros Aguirre, ex directora de la sección de Cultura de Diario El Comercio, asegura que la tarea del periodismo en esta área no es la de dar un aporte o apoyo a la cultura. Lo que debe hacer este periodismo es jerarquizar y diferenciar unas cosas de otras con argumentos, para que el público decida. Según la comunicadora “el periodismo cultural no tiene que apoyar a la cultura sino difundir lo que sucede y orientar”.

Luego de reconocer el tratamiento y el contenido en los medios tradicionales mediante un monitoreo, se podrá establecer si es que la cobertura del periodismo cultural satisface al público receptor. Para ello se realizará una revisión de los espacios que hay en los medios tradicionales, haciendo un énfasis especial en lo que se presenta en radio. Es precisamente en este medio donde se puede escuchar una gran variedad de programas con

⁸² VILLACÍS Rodrigo “Generalidades”, *Manual de Periodismo cultural*, Quito-Ecuador 1997

⁸³ RIVERA Jorge “El periodismo y el concepto de cultura”, *El periodismo cultural*, Buenos Aires-Argentina, 2003

contenido cultural. Uno de estos espacios es el programa “Concierto sentido”, dirigido por Ramiro Diez, en el que se habla de arte sin dar tanta importancia a la difusión de la agenda cultural diaria.

3. Oferta cultural en Quito

La empresa municipal Quito Cultura fue creada con el objetivo de poner una entidad estatal que se encargara de la actividad cultural de la capital. Esta creación se justifica debido a la gran cantidad de eventos culturales que ocurren a diario en Quito. Por dichas razones “esta Administración Municipal decidió mantener el apoyo a las actividades artístico-culturales que se generan en la ciudad [.]”⁸⁴

La información que brinda esta entidad metropolitana se limita a la difusión de los datos básicos de un evento (en el caso de los afiches). Esta agenda cultural que se publica mensualmente en volantes, afiches o pequeñas revistas, no está al alcance de toda la ciudadanía, no por su precio sino por la difícil que resulta encontrar uno de estos informativos. Dichas publicaciones se encuentran generalmente en los lugares donde ocurren eventos artísticos; por lo tanto quien no frecuente estos lugares, no tendrá acceso a esta información.

La Casa de la Cultura, la Asociación Humboldt, Museo de la Ciudad, Centro Cultural Metropolitano, cine Ocho y Medio, Este Café o el Patio de Comedias, son solo algunos de los sitios donde se puede encontrar esta agenda. Precisamente en estos lugares se llevan a cabo diferentes eventos artísticos a diario; la ciudadanía que acude a ellos sabe que ahí se distribuye gratuitamente este material elaborado por Quito Cultura. Pero ¿cómo pueden acceder a esta información aquellas personas que no frecuentan estos sitios y quieren conocer la actividad cultural de la ciudad para asistir a los diversos programas?

⁸⁴ “*Quito Cultura*” Portal Web de la empresa Quito Cultura, <http://www.quitocultura.com/> [consultado 23 de julio 23:50]

La información de esta agenda mensual debería estar al alcance de toda la ciudadanía y no sólo de un grupo determinado, porque pese a ser material gratuito no todos lo conocen. Este boletín se distribuye a las Administraciones Zonales, operadoras de turismo, universidades, centros culturales, hoteles y agencias de viaje. Hasta este mes Quito Cultura ha elaborado y publicado 52 de estas revistas informativas, las mismas que cuentan con el respaldo del Portal Web www.quitocultura.com, donde también se detalla la agenda del mes.

Pese a lo establecido en el *Plan Estratégico Quito hacia el 2005*, elaborado por la administración del Cabildo presidida por Paco Moncayo, en el que se detalla que “el Distrito Metropolitano de Quito sea el centro internacional de producción y difusión cultural de amplio acceso”⁸⁵ de la cultura, hay más responsables de la difusión cultural. Uno de estos es la Corporación Metropolitana de Turismo, que con su eslogan *Quito toca el cielo*, ofrece parte de la información sobre actividades y eventos culturales. Esta también es una dependencia del Municipio, pero da un aporte a la difusión de la agenda. La información de los eventos diarios están disponibles en el Portal Web www.quito.com.ec.

Pero en Quito existen otras instituciones que también dan a conocer parte de la actividad cultural de la capital. Una gran parte de estas son las mismas en cuyos predios se presentan manifestaciones artísticas. Por mencionar algunos tenemos a: Fundación Teatro Nacional Sucre, Casa de la Cultura Benjamín Carrión, Patio de Comedias, Fundación Casa de la música, Alianza Francesa, Asociación Humboldt, Yaku: Museo del Agua, Posada de las artes Kingman, Café Libro, Este Café, Café Galería Killa Sisa, entre otros.

En este caso se difunde un calendario diario o mensual de los eventos artísticos, así como lo hace Quito Cultura. Pero el periodismo cultural debe jugar un papel importante en la difusión de estas agendas, y no sólo se trata de dar a conocer los datos básicos de cada evento artístico. La elaboración de

⁸⁵ Ibíd. Portal Web de la empresa Quito Cultura

9. BIBLIOGRAFÍA

- GUERRERO ARIAS Patricio, *La Cultura*, Ediciones Abya Yala, Quito – Ecuador, 2002
- COLEGIO DE PERIODISTAS DE PICHINCHA, *Manual de periodismo cultural*
- ECO Umberto, *Apocalípticos e integrados*, Barcelona 2007
- RIVERA Jorge, *El Periodismo cultural*, Buenos Aires, 2003
- TABAU Iván, *Teoría y práctica del periodismo cultural*, editorial ATE
- Quito Eterno, la ciudad ayer y hoy, Ediciones Paralelo Cero, Quito, 1976
- Portal Web de la Corporación Metropolitana de Turismo y Sitio oficial de Quito
- Portal Web de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión
- Portal Web de la Alcaldía Metropolitana de Quito
- Portal Web de Quito Cultura
- Portal Web cultural Ahoraenquito.com
- Portal Web Idiógenes, *¿Qué es la cultura?*, ALTIERI Angelo, <http://www.lidiogenes.buap.mx/revistas/4/a2la4a3.htm>
- Portal Web Geocities, *Para comprender el concepto de cultura*, AUSTIN Tomas, http://www.geocities.com/tomaustin_cl/ant/cultura.htm
- Wikipedia, Enciclopedia virtual libre (es.wikipedia.org)

ANEXO Nº 2

ENTREVISTAS

1. Milagros Aguirre

Periodista cultural. Ex editora de la sección de cultura del Diario El Comercio

1.- *¿Cree que la ciudadanía tiene claro el concepto de lo que realmente significa cultura?*

No creo que la ciudadanía tenga muy claro el concepto, y creo que no importa mucho, es decir, creo que debemos tener claro que cultura somos los que gestionamos cosas de cultura, promovemos y cubrimos temas culturales. La cultura es un concepto muy amplio y la ciudadanía lo que hace es vivir la cultura. Hablas de tal manera, tienes unas creencias que responden a ti cultura y tienes ofertas culturales. Quienes ofertamos el producto cultural, como el periódico o una radio somos los que tenemos que tener claro el concepto.

2.- *¿El periodismo cultural hace un buen trabajo?*

En lo poco que existe yo creo que lo que hace falta es la especialización en el ámbito cultural. Los periodistas que salen de las universidades y les mandan a hacer sus pasantías a las secciones culturales de los medios entendiéndolas como las más fáciles. Eso hace que haya una excesiva rotación del personal. Les preparas en una sección cultural y una vez que están formados en el que hacer mecánico, se los manda a otras cosas. No hay una especialización en el tema cultural. Eso hace que se hagan cosas muy ligeras, que no se jerarquice la información como noticias del jet set con espectáculos, con libros. Se necesita especialistas en cada sección, de un Diario por ejemplo por que siempre es mejor así. Porque tenemos periodistas todólogos. No creo que se haga un mal periodismo, hay notas malas, buenas y mediocres, aunque los espacios culturales siempre son reducidos como otros temas, aunque ahora si hay como un “boom” de espacios culturales.

3.- *¿Qué tan importante es la cultura para Quito y sus habitantes?*

El tema de cultura es muy amplio, sino hubieran actividades culturales igual hubiera cultura. La ciudad cada vez tiene una mayor oferta cultural, como productos culturales, están cada vez más al alcance de la ciudadanía. El cine, la pintura, el teatro, la danza que son expresiones culturales. Como es normal en una ciudad que ha ido creciendo, esas ofertas culturales se multiplican. Ahora hay una variada agenda Cultural y varias actividades por hacer.

4.- *Es la preservación del arte en la ciudad. ¿Debería el periodismo aportar con ésta labor? ¿Cómo?*

El periodismo lo que hace es un tipo de mediación entre lo que existe y el público. La función del medio de comunicación es mostrar esa oferta cultural. Por ejemplo en los pintores, una cosa es que tengan su obra y se muestre y el periodismo tenga que hacer algo al respecto. Lo que podría hacer es máximo jerarquizar y diferenciar unas cosas de otras con argumentos para que el público decida. En ese abanico cultural los periódicos no puedes meter todo lo que hay. En esa jerarquización entra la subjetividad, por eso es fundamental la especialización.

5.- *Los eventos en la calle y otros eventos gratuitos no son muy conocidos. ¿Podría esto culparse al periodismo?*

No creo que el periodismo tenga la culpa, más bien hay unas estructuras informativas que no lo permiten. Los espacios culturales no son muy grandes y no se puede poner todo en ese abanico. Hay ciertas cosas en los espacios populares como arte en la calle, que de acuerdo a su peso propio, merecerán o no la difusión. Por ejemplo en El Ejido siempre hay exposición de pintura y ahora artesanías, y no porque se expongan sean buenas o no. No por gustos, sino por asuntos técnico y hay propuestas que son más interesantes que otras.

6.- *¿El arte es considerada de una forma elitista en los medios de comunicación?*

Antes, yo creo que ahora la cultura está más masificada porque hay mayor difusión porque entra más gente. Ese discurso de que hay una cultura de élite y

una cultura del pueblo es también un poco distorsionado. Yo creo también que en todas las culturas del mundo hay personas que se destacan en diferentes cosas. En la Cultura Valdivia tiene que haber una élite, gente con mayor sensibilidad para hacerlo, o no creo que toda la Cultura haya hecho las figuras Valdivias. Hay quienes llegan más a las masas, pero no por eso dejan de ser buenos. Hay cosas que son más para unas élites y otras más populares. El que sea más popular, no le hace mejor. Hay parámetros académicos que van cerniendo unos productos culturales que otros.

7.- *¿Tendría acogida en Quito un programa de radio que trate a la Agenda Cultural como el eje?*

Me parece que la radio tiene más acogida en este aspecto. Hay autores, libros que aparecen en radio por que está dando más espacio a la promoción de actividad cultural que otros medios. Quizá por el tiempo. No es lo mismo hacer una entrevista en diez páginas, que tener un entrevistado por una hora en una radio. Hay menos limitaciones, que la televisión también. La radio es un medio más alternativo para el tema cultural. Siempre va a tener una buena acogida porque tiene más posibilidades.

8.- *¿Sería ésta una buena herramienta para ayudar a la ciudadanía con la información cultural?*

Por supuesto, definitivamente.

9.- *¿Qué más debería tener este programa radial a más de la publicación de eventos culturales?*

Creo que si tienes buena música y también la explicas, probablemente tienes un espacio para que los artistas, tanto pintores, escritores, teatreros, puedan hablar y explicar su trabajo. Una buena Agenda Cultural, música, algunas entrevistas con los gestores de estas actividades creo que es lo único que necesitas.

2. Juan Pablo Castro

Licenciado en Comunicación Social y Crítico de cine.

1.- *¿Cree que la ciudadanía tiene claro el concepto de lo que realmente significa cultura?*

La cultura es una categoría mas amplia suele ser entendida como el conjunto de manifestaciones artísticas, cuando sabemos que la cultura es mucho más. Toda una complejidad de un mundo, y las comprensiones que tiene una comunidad con respecto a su historia, su arte, su sexualidad. Pero como categoría también es comprendida como el conjunto de manifestaciones culturales. Cuando la ciudadanía habla de cultura está pensando en las bellas artes: literatura, música, danza, etc. Pero lo mira con un concepto distinto y distante, cuyo acceso es limitado. Cultura es el conjunto de manifestaciones.

2.- *¿El periodismo cultural hace un buen trabajo?*

Es bastante impreciso. Por ejemplo la Revista Artes del Diario La Hora, es un ejemplo de ese periodismo que intenta indagar más en los aspectos culturales. El Comercio en cambio tiene días y días. Hay unos en los que salen buenas críticas con respecto al cine, pero hay otros en los que se equivocan con respecto al teatro por ejemplo. Pero pienso que en lo poco que hay, está mas bien desequilibrado.

3.- *¿Qué tan importante es la cultura para Quito y sus habitantes?*

La cultura es la forma de recuperar lo que uno es y también de inventarse una manera de ser. Por eso es que la cultura y su difusión es importante para entender lo que somos, nuestra historia, lo que pensamos y proyectarnos a futuro. Creo que el título va más allá de lo que representa para la ciudad. Los quiteños reproducimos el discurso de ser el Patrimonio Cultural de la Humanidad, pero no lo asumimos. Está ahí declarado, pero nadie asume esa responsabilidad como ciudadanos para la conservación y el apoyo en la ciudad.

4.- *Es la preservación del arte en la ciudad. ¿Debería el periodismo aportar con ésta labor? ¿Cómo?*

El periodismo tiene que impulsar la conservación de esos espacios, y lo hace a través de la difusión de lo que existe. El periodismo es más bien coyuntural, sobre lo que hace la gente, aquello que se necesita día a día y en esa base se pierde la perspectiva de su trascendencia histórica. Lo que debería tener es tener una consciencia clara que la información no puede estar supeditada a lo que necesita la gente sino a impulsar, en este caso, y comprender el valor del arte de la ciudad como Patrimonio.

5.- *¿Qué alternativa cree es la correcta para dar a conocer o hacer públicos los eventos culturales de Quito en su variedad, hasta los eventos gratuitos en la calle?*

Yo creo que se dan a conocer, sobre todo a través de agendas paralelas como en el Internet, y hay un público especializado para cada cosa. Un círculo de gente que va al teatro, que va al cine, es como la creación de nichos. De todas maneras la cultura y su producción siguen siendo un discurso de élite. Hay pocos eventos que se han masificado. Grupos que se encargan de publicar lo que pasa en el norte, en el sur. Lo de la calle nadie lo difunde por que pienso que su propio espacio de difusión es la calle no lo necesita, por ejemplo en el Ejido cada jueves se presenta Carlos Michelena y ya tiene su público que lo espera, que lo conoce. Los medios no publican estos eventos porque hay otros circuitos que ya se encargan de esto.

6. *¿El arte es considerada de una forma elitista en los medios de comunicación?*

Algunas cosas sí. Por ejemplo la música clásica está considerada como un discurso de élite y la prensa lo asume como tal. El cine, el teatro también. Hay que ver el tratamiento del lenguaje, que tiene que ser explicativo, es decir saber contextualizar y no solamente informar. El periodismo que lo difunde con otro lenguaje, ya no maneja este discurso de élite, y no necesariamente de élites económicas, sino también intelectuales.

7.- *¿Tendría acogida en Quito un programa de radio que trate a la Agenda Cultural como el eje?*

Yo creo que sí, porque las Agendas en los medios son muy pequeñas. El programa de radio tiene la capacidad de diseminación de información, pero lo que sí no debería ser es un noticiero permanente, sino que mientras se difunden las actividades tratar otros temas como una revista en la que se inviten a uno más artistas dentro de la Agenda. Que estén los protagonistas, Creo que el programa sí tendría posibilidades.

8.- *¿Sería ésta una buena herramienta para ayudar a la ciudadanía con la información cultural?*

Sin aportaría. Lo importante es la cuestión del horario y los días, porque radio, que tiene que ver con el rating. Es importante el día, aunque las actividades de Quito han cambiado, antes había Agenda desde el viernes, y ahora hay todos los días. Este programa tendría la capacidad de difundir las actividades 2 o 3 días antes de los eventos, de tal manera que se genere una expectativa y con la información se acuda a los mismos.

9.- *¿Qué más debería tener este programa radial a más de la publicación de eventos culturales?*

Puede hacerse divertido. Es la propuesta sonora como tal. Por ejemplo si tú la planteaste como “radio arte”, te permite jugar más con los sonidos, por otro lado con el lenguaje. Los locutores tienen que tratar el tema sin poses culturales, pero tampoco llevarlo al tema de la canalización. Es gente que tiene que saber de arte, de eventos culturales, pero sobre todo un discurso renovado, hablar desde las sensibilidades con un lenguaje fresco. Un programa es un imán en sí mismo.

3. Orlando Pérez

Periodista y ex articulista

1.- *¿Cree que la ciudadanía tiene claro el concepto de lo que realmente significa cultura?*

No lo tiene claro porque la cultura dejó de ser un espacio, una asignatura que sólo corresponde a las bellas artes. La cultura es todo lo que somos, como comemos, como nos vestimos, como vivimos, como nos relacionamos, que consumimos, todo eso es parte de nuestra cultura.

2.- *¿El periodismo cultural hace un buen trabajo?*

No hay una corriente de periodismo cultural. Reconozco que hay periodistas culturales buenos que se han esforzado, que han estado peleando. Milagros Aguirre, Pablo Cuvi, Omar Ospina, y algunos más, pero se han encontrado con un problema: no hay espacio en los medios para ellos. Entonces hablar de periodismo cultural es como hablar de una nostalgia, como que ya pasó. Lo grave es el poco espacio que tiene la cultura, más lo dedican a la farándula como su sinónimo, lo cuál no es cierto. En la radio si hay más espacios, no se si están bien tratados o abordados. Y en la televisión si no hay un solo espacio de cultura; y para ellos no existe la cultura, para ellos existe la chismografía, la farándula, pero no ves a un escritor o a un pintor entrevistado, un músico. Ahora que Vargas Llosa está aquí ahí si todos hablan de Literatura. El consumo de material cultural se ha ido trasladando a las revistas. Está El Búho, La Anaconda, El apuntador de teatro, y otros como Punto G, que es parte de la cultura también.

3.- *¿Qué tan importante es la cultura para Quito y sus habitantes?*

Súper importante. Nosotros somos en América Latina o en América los que contamos con un arte colonial impresionante, y una cultura impresionante. Hay gente que viene de afuera a vernos. También tenemos grandes escritores, grandes y muy buenos pintores que nos han visto como somos los ecuatorianos. Si algo caracteriza a Quito del resto del país, es que aquí se hizo gran arte, pero lo falta debate para que enriquezca la crítica, la producción y que enriquezca la audiencia.

4.- *Es la preservación del arte en la ciudad. ¿Debería el periodismo aportar con ésta labor? ¿Cómo?*

Si eso es fundamental para preservar la cultura, como el deporte. Creo que es importante que los medios hagamos un mejor trabajo, y un mejor registro de lo que va a pasar en el país y en el mundo en general.

5.- *¿Qué alternativa cree es la correcta para dar a conocer o hacer públicos los eventos culturales de Quito en su variedad, hasta los eventos gratuitos en la calle?*

Mucha gente viene a Quito a ver los actos culturales, y eso me parece injusto, porque los de Ibarra, Latacunga, Riobamba, Santo Domingo, tienen que venir a Quito para ver algunas cosas. La promoción y el mercadeo del arte deben ser mejorados, mejor planificado y en Quito creo que fortalece la atracción turística, pero no precisamente por la cultura. La gente viene porque tenemos montañas, ríos. De a poco se dan cuenta que en Quito hay algo más que ver que eso y eso creo que va a ser un proceso más largo pero va creciendo.

6. *¿El arte es considerada de una forma elitista en los medios de comunicación?*

En el Ecuador tenemos una cultura tan diversa, que definirla solo por las bellas artes es muy complicado. Si hacemos la diferencia entre lo que es cultura como concepto global y lo otro, la gente va a tener en claro. La gente cree que cultura sólo es lo culto, lo bonito porque así lo tratan o los pocos medios que lo hacen.

7.- *¿Tendría acogida en Quito un programa de radio que trate a la Agenda Cultural como el eje?*

Creo que va a entrar en competencia con algunos buenos programas. Si hace falta uno que sea exclusivamente cultural, que haya datos, que haya reportería, con un buen equipo que se dedique a investigaciones a reportajes a buenas entrevistas. Si se va a hacer un programa de carácter cultural, que no se quede solo en las entrevistas.

8.- *¿Sería ésta una buena herramienta para ayudar a la ciudadanía con la información cultural?*

Es una forma pedagógica de generar también opinión, de generar cultura, de generar ciudadanía. El tener más elementos de información, más elementos de

análisis, desde la cultura, porque la cultura no sólo analiza las obras, como decía antes el concepto de cultura ha variado porque se habla más de la moda, de los aspectos personales, sexuales, sentimentales de la gente. Ayuda mucho, y lo que nos está haciendo falta para eso es pensar mejor que deberíamos hacer ahorita.

9.- *¿Qué más debería tener este programa radial a más de la publicación de eventos culturales?*

Investigaciones, muy buenas entrevistas, buenos reportajes y sobre todo debería haber buena crítica. No de una persona sino de especialistas. De cada aspecto como literatura, de teatro, etc. Muy buena crítica generaría y ayudaría un montón. Si hay especialistas pero no les dan espacio, no muchos. Así como en otros lados la cultura es como el "jet set", a si deberían tratarnos a nosotros. Que se reconozcan a los artistas, a los escritores como parte de la vida.

4. *Byron Rodríguez*

Escritor y periodista

1.- *¿Qué entiende la gente por cultura?*

Pienso que la gente entiende que es toda la identidad, las tradiciones y los rasgos que conforman el espíritu de un pueblo; entiendo a este espíritu como sus formas de ver la vida, sus cosmovisiones y sus actitudes en diferentes fases o etapas. Esto refiriéndose a al cultura como la concepción de un ciclo. Una fase puede ser por ejemplo, la fiesta de difuntos que es una de nuestras grandes expresiones culturales. Me baso en la cultura popular y en el mundo andino, donde esta fiesta por ejemplo, los campesinos de la sierra central, van en las madrugadas a despertar a los muertos con las campanitas.

2.- *¿Cree que la ciudadanía tiene claro este concepto?*

En general creo que no. El término es tan amplio que cultura también implica la forma de hablar, de expresarte, la utilización del lenguaje, la ecuación. La gente común y corriente por ejemplo, utiliza muchos modismos y la jerga popular.

Cultura es un concepto tan amplio que comprende muchas cosas, y no solo las bellas artes que son importantes expresiones espirituales de un pueblo. Es importantísimo como parte del ser de un país y de un pueblo, pero cultura es un término más amplio.

3.- *¿Qué eventos cubre o debe cubrir el periodismo cultural?*

En mi experiencia he trabajado en dos vertientes importantes: las bellas artes (cine, teatro, televisión, danza) y la cultura popular. Entendiéndose a esta como el conjunto de tradiciones que ya mencioné antes. La música de cada pueblo es también parte de esta cultura. He trabajado temas con grupos de música folclórica, uso de instrumentos tradicionales. Es importante combinar a estas bellas artes con la cultura popular. Quito es una ciudad política y cultural por excelencia.

4.- *¿Por qué se limitan a veces al campo de las bellas artes?*

Depende de la política de cada medio y de la formación. Por mi parte, concibo a un gran diario con una buena sección cultural. En el diario español El País, pude ver que la agenda cultural es muy fuerte e intensa, porque Madrid tiene 1 200 actos culturales a la semana. Quito cada vez más ha ampliado su agenda cultural. A los quiteños les encanta el teatro, que ya es como una tradición desde los años 20.

5.- *En la difusión de la agenda cultural, ¿el periodismo hace un buen trabajo?*

Pienso que nos falta mucho más, por recursos especialmente. Las secciones culturales generalmente son las que menos periodistas tienen, en relación al resto de secciones. Ese es un impedimento. En el caso de diario El Comercio, hemos tratado de cubrir los eventos más importantes en música, teatro, danza o cine, aunque sí nos ha faltado. Muchos de los actos, tristemente se han quedado solo en la agenda cultural o notas pequeñas, y no hemos seguido el proceso. Pero estos es más por falta de recursos que por el gusto de cubrir.

6.- *¿Cuál es o debería ser el objetivo del periodismo cultural?*

Es educar y entretener. Educar a la gente para que mejore su nivel cultural porque las personas mientras más preparadas y más conocimientos tengan,

ayudan al progreso del país. También se fortalecen espiritualmente y aman más a su país. Y como mecanismo de entretenimiento individual o colectivo. Aunque con la cultura popular hemos tratado de llegar también a esos lectores, pero más a la gente que está alejada de las grandes ciudades donde se producen estos productos.

7.- *¿Cuál debe ser el lenguaje que se utilice en el periodismo cultural?*

Debe ser claro, sencillo y accesible a la gente porque hay público de todas las edades y las profesiones. Truman Capote decía que lograra la claridad en el periodismo y en la literatura es lo más complicado, porque hay que tratar de llegar a un mayor número de gente. Se debe utilizar también lo que yo llamo el ADN de una oración: sujeto, verbo y el predicado. No utilizar oraciones subordinadas ni demasiados incisos. Hay que ir al meollo, ser conciso y preciso en los datos que se consiguen en el nombre de los artistas. No hay que olvidar que la reportería es la regla de oro del periodismo

8.- *¿En la difusión de la agenda cultural de la ciudad, debería el periodismo aportar como una labor esencial?*

Claro, siempre y cuando se vea el esfuerzo y la calidad de los gestores culturales. En el campo de la literatura, hay que dar el espacio que se merecen las buenas obras, basados en criterios estéticos, en el uso del lenguaje, la construcción de ambientes, los puntos de vista narrativos, etc. Pero los relatos urbanos también merecen su espacio. Las secciones culturales deberían abrir un espacio más amplio para eso.

9.- *¿Cómo realizar un buen periodismo cultural sin convertirse en simples voceros de la agenda?*

Es importante guardar las distancias con las fuentes. Si las entidades organizan eventos, hay que cubrirlos, pero para educar hay que contextualizar. A esto se le agrega el punto de vista de un crítico en el tema o especialistas, para evitar difundir solo las voces oficiales que hacen los espectáculos. También es importante conversar con las fuentes, ponerlas en las crónicas, su

opinión. De lo contrario el lector se da cuenta que nos escribimos para ellos sino para las entidades privadas que producen cultura.

10.- *¿El arte es considerada de una forma elitista en los medios de comunicación?*

En el interior de los medios sí. Hay ese prejuicio porque muchos consideran que el cine, el teatro o la literatura son sólo para un público intelectual, y no es así. Un ejemplo de esto es el Sucre Viajero, donde el teatro clásico sale a las calles y a los barrios, a compartir escenarios con otros eventos como el reguetón. Hay que romper ese prejuicio.

11.- *¿Tendría acogida en Quito un programa de radio que trate a la Agenda Cultural como el eje?*

Por supuesto. Y existen programas como el que maneja Diego Oquendo Jr. Con entrevistas y buena música. Aunque la radio tuvo su auge desde los 50 a los 70, pienso que aún está vigente. Pero un buen programa con gran formato cultural, con voces frescas, en el que interactúe la gente, e incluso con radio teatro, si tendría éxito y tremenda acogida.

12.- *¿Qué más debería tener este programa radial a más de la publicación de eventos culturales?*

Buena música. Deberían enfocarse más en el público joven. En el país hay buena literatura juvenil, por ejemplo, y hay que acercarlos a los jóvenes a esa y la clásica literatura. Sería un programa seductor para todas las audiencias.

5. Michelle Oquendo

Periodista y conductora del programa radial 'Desde mi Visión'

1. *¿Cuál es su concepto del periodismo cultural?*

Primero hay que partir de una cuestión: Aquí en el país la gente no apuesta por lo cultural. Tú puedes irte a un canal de televisión y presentar cualquier propuesta de lo que hacemos en radio, y simplemente te van a decir que no, porque no se vende, ni tiene auspicios, ni sintonía. Y es verdaderamente falso.

Porque lo estamos comprobando con programas como el de Ramiro Diez, el mío o los que existen en otras radios.

El término de cultura es una cuestión muy amplia. Lo que yo defino como cultura dentro de mi programa es la combinación de varios temas, por ejemplo. Se combinan las biografías, el cine, la literatura, entrevistas locales e internacionales, manifestaciones culturales. Todo lo que sucede en la ciudad también tiene su espacio semanal para que la gente tenga una idea y un contexto de lo que va a poder presenciar.

2. *¿Se puede decir que el periodismo cultural está más ligado a la radio que a los otros medios tradicionales?*

Creo que también la prensa escrita tiene sus espacios dominicales donde hay un desarrollo de una crítica literaria y espacios para una agenda cultural. Aunque también hay que tomar en cuenta el Internet como otro medio de comunicación que toma en cuenta esto. Pero las mayores dificultades para que se exprese este género está la televisión. No sólo es la radio.

3. *¿La cultura vende?*

Claro que vende y está comprobado con mi programa, que está entre los primeros lugares entre las clases alta, media y baja. Compito con otros programas como el de Ramiro Diez, que si está dirigido a un target alto. Y lamentablemente la gente cree que este tipo de programas -o la misma radio- habla para una élite. Una persona que no tenga recursos económicos no quiere decir que tenga inquietudes culturales. Por ejemplo, la radio tiene un programa de música clásica que tiene más de diez años, y está en primer lugar. Está más que comprobado que la gente si escucha esto.

4. *Entonces ¿cómo tratamos de romper ese prejuicio?*

Es complicado porque primero los dueños de algunos medios solo te dicen: eso no vende y punto. Y buscan farándula y mujeres. Pero creo que la radio está demostrando que eso si puede existir, y que estos programas tienen una audiencia, un target, aunque no siempre es que deseamos. Y hay que

combinar también la información con un poco de entretenimiento como la música.

5. *¿La radio aún no ha muerto? ¿Todavía está vigente?*

Para poder conectarte con un medio de comunicación como la radio tienes millones de opciones. Un transistor no cuesta casi nada. La radio está hasta en los celulares. Para acceder a otros medios, como el Internet debes estar en un nivel económico medio. Y aunque la televisión si está en muchos lugares, no puede llegar a lugares remotos, como la selva. Que más comprobación que lo que pasa con las FARC y el programa 'La Voz del Secuestro'. Ahí tienen acceso a un aparato muy pequeño que es económico y amigable. Cuando conduces un vehículo escuchas radio, no puedes ver la televisión ni leer el periódico o navegando por Internet. La radio es una compañía.

6. *¿Qué se puede hacer en radio que no permite la prensa escrita?*

La radio te da mucho tiempo para profundizar las cosas. En el periódico hay espacios limitados y regirte a ese espacio. La radio también tiene sus limitaciones, pero por ejemplo yo puedo hablar de los derrames de petróleo, y en el periódico solo hay información puntual. En la televisión te dan un resumen en uno o dos minutos, pero en el programa de radio se puede debatir. Yo hago entrevistas que duran una hora hasta hora y media.

7. *¿De qué forma invito a los oyentes a escuchar un programa de radio con una temática cultural?*

Todo tiene un comienzo. Cuando yo también empecé hace cinco años, me decían que todo era aburrido, pero ahí tienes que ver como tú te relacionas con el público. Porque si el conductor entra con una actitud arrogante asumiendo saberlo todo vas a llegar a una elite que se va a sentir identificada con tu arrogancia. La cultura no es solo libros, o teatro, son muchas expresiones. La cultura es un país, una sociedad, y se puede manifestar de diferentes formas. También es importante la convicción que tengas tú como presentadora y conductora, tu firmeza. Eso seduce al oyente.

8. *¿Cuál es el lenguaje adecuado que debe utilizarse?*

Hablar de forma complicada denota tus complejos e inseguridades. Los medios de comunicación deben hablar en un lenguaje diáfano, transparente para que la gente te comprenda. Debe comprenderte la empleada y un diplomático. Esa es la misión que tienen los periodistas. Para invitar a que lean un libro empiezas por lo más sencillo, lees un fragmento o un relato breve, y luego motivas al mismo oyente a que, si le gustó, lea una obra completa. Tienes que hablar en fácil. Tratar de sacar cosas con las que se identifique la mayoría de la gente, involucrarle, hacerle sentir.

9. *¿Cómo manejas tu interacción con el público?*

Yo tengo la ventaja de ser de otra generación, más joven, que está incorporada con la Web, el chat, el Facebook y teléfonos celulares. Hay una relación más lineal y tratar de tener una relación directa con la gente. La forma es abrir un correo electrónico, un chat, una cuenta en una red social, para demostrar que tú como presentadora estás al acceso del público. Antes había esa idea de la estrella de la radio inalcanzable, y ya no debe ser así.

10. *La clave para que un programa se posicione en la audiencia...*

En radio es constancia. Uno se da cuenta si el programa 'pega' o no, recién a los dos o tres meses, porque es una cuestión de todos los días. Y también pasa lo mismo con la publicidad, debes insistir. Pero primero debes crear tu propia identidad, crear una fidelización con el público. Mucha gente piensa que la radio es un hobby, pero hay que tomar en cuenta que el medio y tú tienen que vivir de eso. Porque esta es una profesión a la que hay que respetar.

11. *¿Cuál es la nueva tendencia de la radio? Para dónde va*

La radio va para una relación más abierta con el público donde tenga esa capacidad de interactuar y proponer temas. Dejar de lado al radiodifusor inalcanzable. Por eso hay que adaptarse a las nuevas tendencias de la gente joven. La radio va a sobrevivir en la medida que exista gente seria y comprometida con la profesión.

6. *Ramiro Diez*

Economista y conductor del programa radial "Concierto Sentido"

1. *¿Qué sucede con la radio en la actualidad? A diferencia de los otros medios*

El 98% de las personas escucha la radio en varios países. Un porcentaje menor a ese ve televisión, y uno mucho menor lee periódicos y revistas. Y Internet, quiénes mas lo consultan son personas jóvenes y no están conectadas con el mundo en términos de noticias.

2. *¿Como motivar a la gente joven a que escuche radio?*

Nunca me he planteado como atraer a un oyente. No es ni mi vocación ni mi punto fuerte. Si de mi caso se trata, mi deseo ha sido siempre hacer un programa que yo pudiera escuchar, es decir, una producción absolutamente egoísta, y el que se quiera subir en mi camioneta se sube. Y no lo hago. Si trato temas como el horóscopo, lo hago para despotricar sobre ello y sobre la ignorancia que palpita en esa visión del mundo. Pueden traer un rating pero a mi no me interesa. Porque la idea no es repartir la ignorancia de manera democrática sino señalar un espíritu diferente en la radio.

3. *¿Como es su relación con los oyentes?*

Cuando al oyente se le trata bien, y se le dice y demuestra que se le trata con inteligencia y sentido común, ese oyente jamás vuelve a los programas donde lo maltratan, donde lo tratan como un subnormal. Por eso el oyente que yo me gano jamás lo perderé. Yo tengo un flujo de oyentes que aman ser respetados y ser considerados inteligentes.

4. *¿Qué es para usted el periodismo cultural?*

Yo no soy un teórico, porque soy economista, y es muy difícil teorizar. Pero creo que el periodismo cultural es la posibilidad que tienen los comunicadores sociales de hablar de aquellas actividades que enaltecen al espíritu humano. Muchos medios hacen una profesión vulgar porque se burlan del conocimiento y la sabiduría. Vivimos en un mundo donde se pone encima la vulgaridad, la ordinariéz. Muchos medios reparten la ignorancia a manos llenas.

5. *¿Cómo ayudar al oyente a comprender lo que un locutor de radio dice en su programa, en particular de temática cultural?*

Yo no se como se recibe mi programa ni cómo lo percibe la gente. Pero creo que a la gente hay que hablarle desde la emoción. Desde la emoción del Quijote o del Bing Bang, o de una hormiga, o del sufrimiento de Galileo Galilei. Si yo le cuento a la gente que hay un viejo paralítico medio ciego que lo tiene amarrado y arrodillado hace cuatro horas y que lo están humillando, eso se tiene que recordar. Espero que mis emociones las entiendan los demás.

6. *¿Es difícil lograr que el oyente sienta lo mismo que uno?*

Hay una frase de Federic Nietzsche que me gusta mucho y que viene a este tema, y dice: di tu palabra y hazte pedazos. Si digo esto al aire, puedo generar miles de reacciones, aunque no sean mis opiniones sino solo datos históricos.

7. *¿Como se siente cuando está delante de un micrófono?*

Creo que tengo una sobreproducción de adrenalina porque hablo con los ojos cerrados y me encierro en mi propia burbuja. Siento que hablo a solas sin imaginarme que tengo a alguien del otro lado.

8. *¿Qué tiene la radio que los otros medios no tienen?*

La radio tiene la pantalla más grande: la de la imaginación. Uno construye imágenes. Las del oyente son superiores a las mías, y las mías superiores a las del oyente, porque cada uno tiene su propia pantalla. Cada uno crea la mejor imagen posible. En la televisión a uno le dan pensando, y ahí es donde muere la imaginación. Porque ellos te dicen que usted no tiene que pensar, que abra la boca y vea el mundo que le mostramos. La radio convoca a la imaginación, la fantasía y la creatividad. Una palabra exacta vale más que todas las imágenes.

10. *¿Todavía es posible dedicarse a la radio?*

Con todo lo que le he dicho, por supuesto que si. Aunque supongamos que fuera una causa perdida. Hacer televisión es muy fácil y eso se demuestra con las personas que vienen de ese medio a la radio, pero lo hacen fatal. El que hace bien radio también le va bien en la televisión.

Anexo N° 3
Proforma de equipos
(Para la cabina de radio)

1.) CONSOLA ANALÒGICA MACKIE ONYX 1220



Características Principales

Mezclador de 12 canales con 4 previos de micro Onyx con alimentación phantom. Ecuador de 3 bandas con medios semiparamétricos. Tarjeta Firewire opcional. 2 envíos auxiliares con conmutador pre/post. 4 canales con entrada estéreo. Sección talkback con micrófono incorporado. Faders de 60 mm. Salida directa de cada canal con conector de 25 vías.

Precio aproximado: USD 668.575

2.) MONITORES M AUDIO BX8



Características Principales

Monitores de estudio de dos vías blindados magnéticamente. 130 vatios de potencia bi amplificada.

Woofers de Keylar de 8". Tweeters de seda de 1".

Entradas XLR balanceadas y jack ¼" balanceadas /no balanceadas.

Precio aproximado: USD 599.95

3.) MICROFONO DE CONDENSADOR (AKG Perception 400/420)



Características Principales

Micrófono de condensador profesional para aplicaciones de propósito general. Doble diafragma de una pulgada, de gran diafragma, cápsula de condensador verdadero.

Switch seleccionable de patrones: por cardioide, omni direccional y figura de "ocho".

Atenuador de bajos ajustable apagado. Atenuador de -10 dB.

Alta sensibilidad 28mV y 145 dB SPL máxima capacidad en menos de 0,5% THD.

Armazón de metal resistente con rejilla de acero inoxidable.

Spider-shock incluido (es el soporte o base donde se coloca, como se ve en la foto).

Precio aproximado: USD 475,00

4.) CABLES PARA MICRÓFONO WHIRLWIND MK410



Precio aproximado: USD 30

5.) AKG K66 AURICULARES



Precio aproximado: USD 64.49 (cada par)