



UNIVERSIDAD CASA GRANDE

**FACULTAD DE
COMUNICACIÓN MÓNICA
HERRERA**



**ESCUELA DE COMUNICACIÓN
MÓNICA HERRERA**

EI IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL PÚBLICO DE LAS ARTES VISUALES CONTEMPORÁNEAS EN EL GUAYAQUIL DEL SIGLO XXI

Autor.-

Luis Alfredo Medina Cordova

DOCENTE INVESTIGADOR:

Zaylín Brito Lorenzo

CO-INVESTIGADOR:

Saidel Brito Lorenzo

Trabajo final para la obtención del Título Licenciado en Periodismo

Guayaquil, Enero del 2013

ABSTRACT

Esta investigación cualitativa analiza el impacto de los medios de comunicación masiva en el público, con relación al tema de las artes visuales contemporáneas en la ciudad de Guayaquil del presente siglo. Efectúa un estudio de la recepción que hace el público de las informaciones sobre artes visuales contemporáneas que aparecen en los dos medios de mayor influencia en el contexto artístico local: los periódicos impresos y los sitios de Internet dedicados a las artes visuales.

Los principales aspectos que esta investigación analiza son las representaciones sociales, la valoración de público y la motivación que este tiene cuando recibe información referente a las artes visuales contemporáneas a través de los medios analizados; además, indaga en los criterios editoriales que el periódico de mayor influencia en la ciudad, El Universo, tiene cuando aborda esta temática.

La técnica principal que la investigación emplea es la entrevista a profundidad, la cual se aplicó a 22 consumidores de los medios estudiados, divididos en tres perfiles: consumidores de periódicos impresos, consumidores de Internet y responsables editoriales de diario El Universo. Los dos primeros perfiles tuvieron criterios de selección: expertos en artes visuales, estudiantes de artes visuales y lectores promedio.

Las conclusiones que arroja el análisis muestran un panorama en el que los dos medios estudiados, la Internet y los periódicos, tienen falencias en sus abordajes sobre el arte visual contemporáneo. Los periódicos porque, pese a ser masivos, no muestran el criterio suficiente para realizar un aporte a la discusión conceptual de las artes visuales y la Internet porque, aunque posee contenidos más especializados, su alcance se reduce a los usuarios que guardan alguna relación directa con la esfera artística. Asimismo, delatan una completa ausencia crítica en El Universo, un medio que para bien o para mal ejerce una labor legitimadora del arte local.

Índice

Astract	2
Acerca del proyecto grupal	5
Acerca del proyecto individual	6
Tema o declaración de propósito	7
Línea de investigación	9
Introducción	9
Antecedentes	9
Estudios Regionales	11
Estudios Nacionales	13
Problema de estudio	14
Justificación	15
Utilidad del estudio	16
Marco teórico	17
Objetivos y preguntas de investigación	25
Objetivo general	25
Objetivo específico	26
Preguntas de investigación	26
Metodología de la investigación	26
Enfoque	26
Categorías de análisis	27
Unidad de análisis	31

Perfiles de la unidad de análisis	33
Instrumentos de investigación	35
Técnicas de recogida y análisis	36
Cronograma de investigación	36
Resultados	37
Discusión de resultados	55
Conclusiones	61
Bibliografía	64

1. ACERCA DEL PROYECTO GRUPAL

Esta investigación es parte de un proyecto que analiza los procesos de configuración de las artes visuales en el contexto cultural y artístico de Guayaquil, en el presente siglo, a partir del estudio de los componentes del sistema del arte. Estos componentes son: el coleccionismo, mercado del arte y galerías; los museos, salones y bienales; el público y nuevas audiencias; la formación artística; las obras y artistas; y la crítica y medios de comunicación masiva. Cada uno de ellos es tratado como una investigación individual y otro estudio intenta analizar la relación que existe entre los mismos.

La investigación tiene una perspectiva cualitativa, dado que la realidad a investigar es subjetiva y múltiple (Brito & Brito, 2012). Las técnicas de recogida de información incluyen entrevistas a profundidad, análisis de documentos y grupos focales, aunque tienen un predominio notable las entrevistas a profundidad. Las unidades de análisis tomadas en cuenta son, en su mayoría, actores involucrados a la escena artística de Guayaquil: críticos, curadores, catedráticos, artistas, periodistas culturales, entre otros.

Los antecedentes de los que parte el proyecto incluyen el escenario cultural de Guayaquil en los años 80-90; la emergencia de propuestas de arte contemporáneo en la ciudad; el surgimiento del Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo; la creación de Instituto Tecnológico de Artes del Ecuador; la creación de nuevas audiencias para el arte en Guayaquil; y el seguimiento que los medios de comunicación han dado a estos procesos.

Los conceptos que articulan el marco teórico del proyecto son las nociones de arte contemporáneo, escenario cultural y los componentes del mundo del arte, divididos en procesos de producción, circulación y consumo. Las conclusiones de la investigación permiten dilucidar un panorama de cómo se encuentra el arte contemporáneo en Guayaquil durante lo que va del presente siglo.

2. ACERCA DEL PROYECTO INDIVIDUAL

Como uno de los componentes del mundo del arte definidos por Danto, los medios de comunicación masiva y la crítica forman parte de la escena artística de Guayaquil. Esta investigación pretende analizar el impacto que los medios de mayor influencia en el contexto local de las artes visuales contemporáneas, los periódicos impresos y la Internet, por medio de los sitios dedicados a las artes visuales, han tenido ejerciendo su labor en relación con las prácticas artísticas. El estudio se enfoca en el análisis de las representaciones sociales, la valoración del público y la motivación que este tiene cuando recibe información referente a las artes visuales contemporáneas a través de los medios analizados; además, la investigación indaga en el análisis de los criterios editoriales que el periódico de mayor influencia en la ciudad, El Universo, tiene cuando aborda esta temática.

3. TEMA O DECLARACIÓN DE PROPÓSITO

El objetivo general de esta investigación es analizar el impacto de los medios de comunicación masiva en el público, con relación al tema de las artes visuales contemporáneas en la ciudad de Guayaquil del presente siglo. Se ha escogido este tema porque esta investigación se inserta en un proceso que pretende, a través del análisis de los componentes del sistema del arte, dilucidar el panorama de las artes visuales en el Guayaquil del siglo XXI. Los medios se constituyen como uno de estos componentes.

La metodología escogida para realizar esta investigación es cualitativa, porque el análisis estima entender conceptos y características de un fenómeno social determinado: el impacto que los medios pueden generar en el público, con relación al tema de las artes visuales contemporáneas de Guayaquil. Se busca describir las representaciones sociales y otros elementos que los medios generan en su audiencia para luego determinar cuál es y de qué forma se manifiesta el mencionado impacto.

El diseño mediante el cual se recogen los datos de este estudio se basa en la técnica de entrevista a profundidad, dado que mediante esta se pretende extraer opiniones y otras subjetividades de los lectores de los medios, la unidad de análisis de la investigación. Los entrevistados se escogen dependiendo principalmente de los tipos de medios que consumen: para ello partimos de una indagación previa donde se determinó que los medios que en la actualidad mayor importancia le dan a las artes visuales contemporáneas son la prensa (periódicos impresos) y la Internet, a través de sitios dedicados al tema, en consecuencia, los elegidos para analizar. Además, la investigación indaga en los criterios editoriales que el diario de mayor influencia en la escena artística local, El Universo, ejercen en temas relacionados a las dinámicas artísticas de la ciudad.

La muestra de entrevistados se conforma dependiendo de los perfiles de consumidores asiduos de periódicos e Internet, definidos por estudios previos como sujetos de entre 25 y 44 años y de entre 18 y 25, respectivamente; además de personas que ejerzan como responsables editoriales en El Universo. Los consumidores de periódicos lo son de uno de estos cuatro: El Universo, El Comercio, El Telégrafo y Expreso, por ser los que circulan en la ciudad y más atención le otorgan a las dinámicas artísticas con secciones definidas y diarias. Los 22 sujetos elegidos para las entrevistas (10 consumidores de periódicos, 10 de Internet y 2 editores de El Universo) se subdividen en tres criterios de selección: expertos en artes visuales, estudiantes de artes visuales y consumidores promedio.

El sitio escogido para la investigación es Guayaquil, por ser parte del propósito general, es decir del recorte espacio-tiempo de la investigación, cuyo tiempo se ubica entre los meses julio y diciembre de 2012.

Para determinar el impacto de los medios se definen categorías de análisis, que son los temas a tratar tanto en la investigación como en la interpretación de los resultados. Dichas categorías son: las representaciones sociales que los medios generan en sus lectores, la valoración que el público le da a las artes visuales contemporáneas a partir de su lectura de los medios, la influencia motivacional ejercida por los medios en el público con respecto a tres tipos de motivaciones: de asistencia a eventos artísticos, de compra de piezas de arte contemporáneo y de formación artística; y los criterios editoriales de El Universo referentes a las artes visuales contemporáneas.

La investigación entiende representaciones sociales como construcciones subjetivas de los individuos sobre determinados aspectos del mundo circundante; valoración del público como el proceso de reconocimiento y estima que una persona le da a una pieza o un tipo de arte; influencia motivacional ejercida por los medios como las motivaciones que estos ejercen sobre sus

consumidores para direccionar su comportamiento de una manera u otra; y criterios editoriales como consideraciones que un medio toma para abordar una temática determinada.

El alcance de esta investigación radica en el público y en sus opiniones respecto a los productos mediáticos en relación con las artes visuales contemporáneas. No indaga en el análisis de contenidos de las publicaciones de los medios como productos. El foco principal es el público, aunque queda claro que los elementos mencionados también merecen el interés, quizás futuro, de otra investigación.

3.1. Línea de investigación

La investigación presta especial atención a la forma en que los medios de comunicación impactan al público en relación con el tema de las artes visuales contemporáneas en el Guayaquil del último siglo. De esta manera, se analiza la influencia que estos medios ejercen sobre el estado del panorama artístico en la ciudad, por lo que se inserta en una investigación con respecto al Panorama de las artes visuales contemporáneas en Guayaquil del siglo XXI, lo que a su vez pertenece a la línea investigativa referente a las “Ciudadanías culturales”.

4. INTRODUCCIÓN

4.1. Antecedentes

Ecuador se encuentra en un proceso de transformación en el terreno de lo social. En las dinámicas artísticas específicamente, la creación hace cinco años de un Ministerio de Cultura independiente a otras carteras del Estado resulta un antecedente de importancia para el desarrollo del arte y la cultura en la nueva realidad social y política del país.

A pesar de que recién hace cinco años se creó el Ministerio de Cultura, las artes visuales poseen una larga tradición dentro de la historia nacional, lo que se evidencia en la herencia prehispánica,

el prolijo arte colonial, los movimientos del arte moderno y las emergentes prácticas contemporáneas (Brito & Brito, 2012).

Dentro de estas dinámicas, la ciudad de Guayaquil, a la que se considera su capital económica, a pesar de ser la ciudad más poblada del país con casi tres millones de habitantes, vivió un período de estancamiento cultural y artístico que se prolongó por varias décadas hasta que a fines de los años noventa del siglo pasado se inició un profundo cambio donde la transformación urbanística favoreció un ambiente para el desarrollo artístico y en especial para las artes visuales. (Brito & Brito, 2012)

A partir del proyecto artístico Ataque de Alas y la posterior creación en el año 2001 del proyecto pedagógico ITAE (Instituto Tecnológico y Superior de Artes del Ecuador) el cual abrió sus puertas en el año 2003 con la misión de formar una nueva generación de artistas visuales con bases académicas, influyó directamente en el crecimiento de la escena artística local, regional y nacional.

Los medios de comunicación siguen este proceso en Guayaquil. Con la publicación de informaciones referentes a las artes comunican lo que se hace en el terreno de las artes visuales. Sin embargo, siempre desde un espacio reducido en comparación con otros temas de la escena informativa nacional debido a que “lo cultural es una información ornamental en la prensa, frente a notas de apertura, secundarias o terciarias sobre otras temáticas” (CIESPAL, 2010).

Y es que tradicionalmente es un mal del periodismo: tanto las páginas de los medios de comunicación impresos como los minutos al aire de los televisados privilegian la información sobre el poder porque “a los periodistas les encanta el poder” (Talese, 2011). En Guayaquil ocurre igual: la cobertura cultural, la que incluye la información sobre artes visuales, tiene un espacio de menores dimensiones en la agenda de los medios que la política, la de seguridad, espectáculos, farándula y otras. Los que más le dan cabida, sin embargo, son los periódicos, la prensa escrita,

porque “se podría decir que lo cultural convoca más a la prensa porque ha institucionalizado secciones y suplementos culturales” (CIESPAL, 2010).

La crítica de artes visuales, igualmente, es prácticamente nula en los medios de comunicación con presencia en Guayaquil. Aunque no existe un registro detallado de quiénes han ejercido y ejercen esta labor en el área, expertos en el tema como el galerista David Pérez Mac Collum señalan que, efectivamente, la labor crítica, salvo contadas excepciones, se desarrolla al margen de los grandes medios y solo de vez en cuando ha tenido espacio en su interior, pero nunca regular, sino más bien ocasional (Pérez Mac Collum, 2012).

4.2 Estudios regionales

En el campo de la investigación en comunicación, América Latina tiene un historial palpable. Bien por recursos regionales o nacionales, las investigaciones de este tipo en la región se vienen dando con periodicidad, promovidas por esfuerzos regionales realizados por instituciones como el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs) o el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (Ilce); o por instituciones de cada país: en Argentina, la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social; en Bolivia, la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información; en Brasil, el Instituto de Estudios y Proyectos en Comunicación y Cultura; en México, el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, entre otros organismos que nutren el área.

Los objetos de estudio de estas investigaciones “no se han construido de forma autónoma, sino desde otras disciplinas de las Ciencias Sociales” (Alcázar, 2006, p. 148). En primera oportunidad fueron, básicamente, la psicología conductista, la sociología funcionalista y la semiología estructuralista, pero con los años se han ampliado los aportes devenidos de otros campos

interdisciplinarias, como la sociología crítica, la pragmática, la semiótica, la etnografía, la antropología (Pineda, 2000, p. 270) y las “últimas aportaciones podrían devenir de la psicolingüística, la teleinformática y las ciencias gerenciales” (Alcázar, 2006, p. 148).

Las miradas provenientes de esas ciencias sociales han tenido como campo de estudio fundamentalmente a los medios de comunicación masivos, sus componentes, efectos e implicaciones (Torrico, 1997, p. 117). Entre los enfoques que han predominado se encuentran los que provienen de la economía política, las ciencias política/electorales y la sociología de las organizaciones (Sánchez, 2002, p. 26).

En el campo de las artes visuales, sin embargo, las investigaciones se han producido en menor cantidad. Esto se debe, sobre todo, a que “es cosa reciente, en nuestros países de la América Latina, abordar el hecho artístico como un hecho cognitivo, lo suficiente para despertar el interés académico del ambiente universitario” (Fajardo-Gonzalez, p. 1). Pero, a pesar de no ser tan comunes como las mencionadas en los párrafos anteriores, las investigaciones sobre artes visuales han generado productos gracias a la presencia de organismos como el Instituto de Investigaciones Estéticas, de la Universidad Autónoma de México, que ha producido “ya más de seiscientos títulos” (Instituto de Investigaciones Estéticas), aunque no todos pertenecientes al campo de las artes visuales, sino también a otras áreas como la arquitectura, el cine, la danza, la música, el teatro y la literatura.

Otro espacio de relevancia ha sido el Instituto de Historia del Arte Argentino y Americano, que – incluso- ha catalizado un proyecto de investigación que atañe a los medios de comunicación masiva, denominado “Arte y medios, entre la cultura de masas y la cultura de redes” (Instituto de Historia del Arte argentino y americano), cuyos ejes de análisis fueron: la modernidad y la cultura de la cotidiano, las experiencias de artes intermediales en la explosión de la cultura de masas y la

contemporaneidad atravesada por nuevos medios y nuevas artes, en la escena de lo multimedial, las pantallas y la red.

Asimismo, es necesario mencionar los esfuerzos provenientes de Cuba en relación con la investigación en artes visuales: mediante el Consejo Nacional de Artes Plásticas –a través de su sello editorial Artecubano- se han publicado diversos textos acerca de la materia, tanto en publicaciones tipo revista como “Artesur, Revista Latinoamericana de Artes Visuales”, como en ediciones independientes; en esta área también ha trabajado el Instituto Cubano de Investigación Cultural Juan Marinello.

A pesar de que otros puntos de la región también han dado frutos en lo referente a investigación en artes visuales, como es el caso de Colombia, con la Universidad Nacional a través de su propio Instituto de Investigaciones Estéticas, las fuentes mencionadas anteriormente suponen, sobre todo, los antecedentes investigativos del presente trabajo que, por supuesto, también ha tenido referencias locales.

4.3 Estudios nacionales

En el segmento de las investigaciones nacionales, los estudios sobre comunicación tienen una tradición reciente, asentada por las universidades y centros de posgrado. La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso) y el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal) merecen una especial relevancia en este campo, por su carácter regional, pero también manejan presencia constante centros de estudio como la Universidad Andina Simón Bolívar y la Universidad Casa Grande.

A pesar de que no existe un registro oficial de los temas tratados mayoritariamente por estos acercamientos teóricos, resulta evidente que una arista poco enfocada es la que tiene que ver con

las artes visuales contemporáneas y los medios de comunicación. Han surgido investigaciones que por separado tratan estos temas, como el “Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador” (Unesco, 2011) o la “Percepción sobre los medios públicos en Ecuador” (Ciespal, 2009) en el campo mediático; en las artes contemporáneas, el catálogo se achica, siendo más difícil hallar tratamientos académicos investigativos a las problemáticas que se cuecen en la esfera de lo visual, debido a que se han generado de manera exigua.

Los principales antecedentes investigativos tomados en cuenta para este estudio son “El periodismo cultural en los media ecuatorianos” (Ciespal, 2010) y “Lecturas de la violencia sexual construidas a partir de las noticias de prensa” (Alcívar, 2011). Del primero se extraen sobre todo conclusiones y tendencias sobre el accionar de los medios y del segundo se repiensa la metodología investigativa, por ser un estudio de recepción.

Los supuestos teóricos definidos en lo referente a artes visuales han sido concebidos tras la revisión de literatura especializada, en su mayoría no nacional; además de entrevistas a expertos en el área.

4.4 Problema de estudio

En la primera década del siglo XXI Guayaquil logra convertirse en un nuevo epicentro de las artes visuales del país. Este renacer cultural se origina en la convergencia de múltiples elementos que han dinamitado viejas estructuras y modelos de comportamientos dentro del sistema del arte. (Brito & Brito, 2012)

A partir de este diagnóstico de la situación actual, desentrañar estos procesos precisamente constituye el problema de estudio esencial de la presente investigación, a partir del análisis de los componentes del “mundo de arte” (Danto, 1964) que se han definido como esenciales:

coleccionismo, mercado del arte y galerías; museos, salones y bienales; público y nuevas audiencias; la formación artística; obras y artistas; crítica y medios de comunicación masiva (Danto, 1997).

Este núcleo de investigación está enfocado en el último punto mencionado: analizar el impacto de los medios de comunicación masiva en el público, en relación al tema de las artes visuales contemporáneas de Guayaquil del presente siglo. Debido a la amplitud de la gama de lo que se puede considerar medios de comunicación masiva en Guayaquil, el estudio se limitará a dos tipos específicos: los medios impresos (la prensa) y la Internet, a través de los sitios dedicados a las artes visuales, que han contribuido en la discusión sobre las artes visuales contemporáneas en la ciudad.

Catalizar la relevancia que estos medios mantienen en las artes visuales contemporáneas del Guayaquil del siglo XXI y la influencia que ejercen en el panorama artístico es tarea de la investigación.

4.5 Justificación

La investigación sobre el nuevo panorama de las artes visuales en la ciudad de Guayaquil ha sido mínima, menor aún en esferas alejadas de la actividad netamente artística. Aunque las obras y proyectos creativos aparecidos durante la última década han estado acompañados de un tratamiento crítico, gracias a esfuerzos más personales que institucionales, se puede decir que hasta este momento no se ha gestado una investigación profunda acerca de los componentes del sistema del arte que han sustentado dichos cambios.

Uno de estos componentes, ubicado en las fronteras de procesos socio-culturales que operan a nivel macro, resulta imprescindible para este estudio: el impacto y la contribución de los medios

de comunicación masiva en este nuevo panorama para las artes visuales en la ciudad. Es imprescindible porque los medios son capaces de establecer mediaciones culturales que influyen en los consumos de los individuos (Orozco, 1993) y además generan representaciones discursivas sobre las artes visuales contemporáneas que pueden influenciar a los receptores, ya que “los medios de comunicación de masas tienen un peso preponderante para transmitir valores, conocimientos, creencias y modelos de conducta” (Costas, 2008).

El estudio se limitará a dos tipos de medios: los periódicos impresos, porque son los que más atención le prestan a las dinámicas culturales y artísticas de la ciudad (CIESPAL, 2010), entre los cuales se ha escogido a cuatro por razones estratégicas que más adelante se aclararán en el diseño metodológico: El Universo, El Telégrafo, El Comercio y Expreso; y los sitios de Internet dedicados a las artes visuales, porque según expertos entrevistados (el crítico de arte Rodolfo Kronfle, el artista Saidel Brito) del medio artístico de Guayaquil, a través de estos canales operan procesos que convocan nuevas audiencias. Asimismo, se toman en cuenta como objeto de estudio los criterios editoriales que tiene el diario de mayor influencia en la escena artística local, El Universo, cuando aborda temas relaciones a las artes visuales contemporáneas.

El estudio del caso “Guayaquil” podría generar que los responsables de los medios se cuestionen sobre la influencia que ejercen y sobre su papel en el sistema del arte. Este caso pudiera ser un termómetro que establezca nuevas relaciones y diálogos con las problemáticas asociadas a la práctica artística en el Ecuador, incluso en la escena artística de la región y, sobre todo, con la posibilidad de legitimar y visualizar un nuevo panorama de las artes visuales actuales.

4.6 Utilidad del estudio

Debido a la escasez de literatura nacional referente a medios de comunicación y artes visuales contemporáneas, la utilidad de este estudio se divide en diversas áreas, tanto del ámbito

académico como del profesional. En la academia, el estudio puede ser empleado como referente teórico para analizar el impacto de la labor mediática en las prácticas artísticas de una ciudad, la manera en que manifiestan su influencia en el sistema cultural donde se insertan. La investigación no solo enriquece la bibliografía sobre medios de comunicación, sino que aporta conocimientos desde otras perspectivas poco exploradas en contexto nacional.

En el ámbito profesional, este estudio manifiesta su utilidad de manera evidente tanto para artistas como para comunicadores y periodistas. Los primeros pueden reconocer aquí la forma en que sus creaciones, proyectos o piezas son representadas por los medios y, en consecuencia, la manera en que llegan al público final. Por su parte, los comunicadores y periodistas pueden encontrar aquí una reflexión sobre la importancia de su labor: más allá de enterarse de cuáles son los efectos que sus publicaciones generan en su audiencia, lo cual muy pocas veces se preguntan al interior de un medio, pueden ver también sus falencias en la cobertura sobre artes visuales contemporáneas, los problemas que estas provocan y saber de qué alternativas disponen para mejorar su labor y contribuir a la mayor visibilización del tema, toda vez que se está convirtiendo en un proceso de extremado impacto cultural para la ciudad.

5. MARCO TEÓRICO

5.1 Arte contemporáneo

5.1.1 Aproximación teórica

Debido a que su concepto, aunque guarda una estrecha relación con la producción artística desde mediados del siglo XX, no se limita al tiempo, como usualmente se confunde al asociar la palabra contemporáneo con lo actual, se puede decir que el arte contemporáneo ya está entrado en años. “Ese cambio en el concepto de contemporáneo y la consiguiente distinción nítida entre

modernidad y contemporaneidad son localizados por Danto entre los años sesenta y ochenta” (Nuño), por lo que el arte contemporáneo –también llamado posmoderno- tiene al menos entre treinta y sesenta años de vida. Y se refiere, más que a un tiempo determinado en que se produce una obra, a la forma en que esta se la produce.

“La paradoja es puramente terminológica, ya que aquí usamos el término contemporáneo, no en su sentido de actual (tan actual es un retrato del maestro Macarrón como una instalación de Muntadas), sino en un sentido genérico que poco a poco se va imponiendo entre sociólogos, historiadores y teóricos del arte, aunque sin que exista la menor unanimidad. Quiero decir: lo contemporáneo como un género artístico”(Azúa, 2003)

La definición de las características de este tipo de producción artística, como bien lo señala Azúa, ha generado un largo debate entre quienes han tratado de definir las, aunque sus obras sean perfectamente reconocibles como lo son las del barroco o del rococó. Uno de sus rasgos definitorios, sin embargo, es la imposibilidad de seguir creando desde los preceptos de la originalidad y la novedad (elementos propios de la modernidad). En lugar de ello se apunta a elementos como reinterpretaciones, resignificaciones y giros lingüísticos con el fin de ampliar el concepto de arte y establecerlo como un acto comunicativo.

“De hecho, los estudiosos que se proponen dar cuenta de las obras de los artistas contemporáneos se ven obligados a buscar aquello que pueda volverlas legibles fuera de la esfera del arte, ya sean los “temas” culturales tomados de los registros literarios y filosóficos –descomposición, simulación, vacío, ruinas, desechos y recuperación-, o bien en una sucesión temporal dividida en categorías de “neo-”,

“pre-”, o “trans-”, lógica cuya evolución es muy difícil de mantener” (Cauquelin, 2002)

La propuesta de llamar contemporáneo a un género artístico supone una definición unitaria capaz de dar coherencia a prácticas artísticas tan disímiles como el land art, el conceptual o los performances, todas expresiones que se apartan de la tradición milenaria de las artes occidentales, adoptando una posición reflexiva que no toma en consideración la obra o el artista como lo esencial de la práctica artística.

5.1.2 Presencia en Guayaquil-Ecuador

El arte contemporáneo en Ecuador tiene su origen más palpable en el taller Artefactoría, un grupo de artistas integrado por los creadores Marcos Restrepo, Xavier Patiño, Flavio Álava, Jorge Velarde, Marco Alvarado y Paco Cuesta. Reunida desde 1982, esta agrupación, cuyas creaciones empezaron a distanciarse del discurso artístico tradicional desde Guayaquil, fue bautizada así “en alusión a la Factory, del artista pop Andy Warhol” (Ampuero, 2002, p. 63).

“Sin ser necesariamente una vanguardia artística, se constituía un grupo cuyas experiencias exploraban la acción política en alusión a los cambios urbanos que se sucedían en los 80: la acentuada migración, el surgimiento de nuevas clases de poder, la construcción de espacios públicos restringidos, los medios como alternativa a la violencia urbana (la gente comenzaba a preferir quedarse en casa viendo TV), hicieron lógico que sus trabajos delataran “la falsa armonía visual” que pretendía hacer de Guayaquil una urbe pujante y progresista” (Ampuero, 2002, p. 64)

Tras la disolución del grupo, en la década del 90, el siguiente escenario del arte contemporáneo en Guayaquil llega a finales del 90 y principios del nuevo siglo, con la creación del Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo (MAAC). Esta institución, que nació con la intención de priorizar la investigación de las artes visuales (García, 2004, p. 10), convocó a un proyecto de inserción del arte en la esfera urbana llamado Ataque de alas, en el que el artista Xavier Patiño, ex miembro de la Artefactoría, propuso un instituto de arte para la ciudad, en el que los alumnos serían su forma de insertar la creación en la esfera urbana. Esa es la génesis de otro de los hitos del arte contemporáneo en Guayaquil: la posterior creación, en 2002, del Instituto Tecnológico de Artes del Ecuador (ITAE), entidad educativa que ha fomentado la formación de artistas visuales y ha abonado la escena local. Esta escena, muy poco estudiada académicamente, ha sido en parte retratada por el crítico de arte Rodolfo Kronfle en su libro Historia(s) en el arte contemporáneo del Ecuador, que recoge apuntes sobre la producción visual en la ciudad desde 1998 hasta 2009 y en el que señala:

“Recojo únicamente trabajos aparecidos en la última década, no por emular la costumbre que se tiene en los estudios de arte de sacar recuentos decenales, sino porque es en este período donde se han pronunciado ya de manera generalizada en el arte local discontinuidades tan evidentes que no cabe ni siquiera verlas como “rupturas”, sino más bien situarlas como un gran desplazamiento de toda la concepción de abordaje artístico en el medio”(Kronfle, 2009, p. 17)

5.1.3 El sistema de las artes

El arte no es arte por sí solo, funciona como un conjunto de piezas que permiten su existencia. Los procesos que dejan al arte ser arte pueden ser divididos para su estudio en producción, circulación y consumo. Juntos conforman un sistema de las artes, que se compone de los elementos

estudiados en esta investigación: “galerías, escuelas de arte, revistas, museos, instituciones críticas, comisarios”(Danto, 1997).

“No es que este sistema sea pura y simplemente económico según el esquema tradicional de la oferta y la demanda, no es que las determinaciones del mercado tengan un efecto directo en la obra que los refleja. Porque el dispositivo comprende también el lugar y el papel de los diversos agentes activos en el sistema: el productor, el comprador (coleccionista o aficionado), pasando por los críticos, los publicistas, los comisarios, los conservadores de los museos, los museos e instituciones culturales del Estado, etc...” (Cauquelin, 2002)

Los medios de comunicación forman parte de este sistema. Su importancia se injerta en los procesos de circulación del arte, que luego desencadenan su consumo.

“Tomando en cuenta que el artista vive una realidad de tipo social que, quiera o no, lo condiciona, tiene que preguntarse cómo establecer su relación con esta realidad y cómo, en el caso de que le interese, hará llegar su obra a los que como él forman parte de esta colectividad. Dicho en otras palabras que materiales y que técnicas usará y, una vez realizada su obra, cómo la circulará” (Galí, 1988, p. 102)

Actúan también como agentes legitimadores de la producción artística. ¿Qué significa legitimar? “Garantizar la autenticidad de algo o de alguien, su conformidad con la ley. Los medios de comunicación sí legitiman, porque el público cree en lo que oye y ve a través de ellos” (Acosta, 2010). En Ecuador, los medios también han desarrollado su función legitimadora del arte, pero lo han hecho desde una postura de marginación, porque la información cultural se ha visto subyugada en la agenda informativa en detrimento de campos como la política o la economía. “Lo

cultural es una información ornamental en la prensa, frente a notas de apertura, secundarias o terciarias sobre otras temáticas” (CIESPAL, 2010).

5.2 Medios y mediaciones

Veinticinco años después de que Jesús Martín Barbero escribiera *De los medios a las mediaciones*, su propuesta de ubicar a los procesos comunicacionales dentro de la cultura e investigarlos desde las mediaciones y la recepción, es decir, desde los usos que la gente hace de lo que recibe de los medios, pero también desde sus modos y formas de comunicación (Ortiz, 1997, p. 62), sigue siendo imprescindible en los estudios que atañen a los medios. Para esta investigación, sus conceptos fueron tomados en cuenta debido a que, como se intenta estudiar la recepción que un lector del periódico hace cuando se enfrenta a informaciones referentes a artes visuales contemporáneas, la teoría de la mediación resulta imprescindible. “De ahí que el eje del debate se desplace de los medios a las mediaciones, esto es, a las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y pluralidad de matrices culturales”(Barbero, 1987, p. 257).

Las mediaciones son “el lugar desde donde se otorga el sentido a la comunicación” (Orozco, 1997, p. 25). Barbero las concibe como una herramienta para salir del dualismo epistemológico porque sirven como una herramienta para explicar y comprender, es decir, “son metáforas que tienen un valor referencial (están referidas al mundo de la vida) y permiten leer, que no es encontrar la intención que está detrás de un texto sino desplegar el mundo que el texto abre” (Ortiz, 1997, p. 65).

“El mundo del trabajo, el de la política, la producción cultural, son entonces fuentes de mediación de los procesos comunicativos. Pero, además de estas, hay muchas otras mediaciones. La etnia, el género, las identidades de la audiencia, las

instituciones sociales a las que pertenece y los movimientos y organizaciones ciudadanas en las que participa, son también mediaciones que van conformando el resultado de sus interacciones con los medios. Los medios mismos y sus características intrínsecas, determinaciones políticas y económicas, sus lógicas de producción y transmisión, sus lealtades y estilos, son una mediación”(Orozco, 1997, p. 28)

El uso de estas referencias en las investigaciones sobre medios permite enfocarse en las mediaciones como punto de entrada para explorar los procesos de comunicación y sus componentes. Así, en lugar de preguntarse qué hace los medios con las audiencias y qué hacen las audiencias con los medios, se preguntan cómo las mediaciones conforman las negociaciones de significado, las apropiaciones y los usos que las audiencias hacen de los medios y sus mensajes.

5.3 Representaciones sociales

Considerando que la teoría de las representaciones sociales se ocupa de un tipo de conocimiento que se elabora socialmente, compartido por un grupo, que tiene una orientación hacia la práctica y, por consiguiente, está orientado a la construcción de una realidad social (Costas, 2008) la investigación toma este concepto para analizar las construcciones simbólicas que los lectores de los medios se hacen sobre las artes visuales contemporáneas. En este sentido, la definición teórica de las representaciones sociales de la que parte su consideración en este estudio es la que Serge Moscovici señaló en su *El psicoanálisis, su imagen y su público*:

“La representación social es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre individuos. La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la

realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación” (Moscovici, 1979, p. 17)

Las representaciones sociales aparecen “cuando los individuos debaten temas de interés mutuo o cuando existe eco de los acontecimientos seleccionados como significativos o dignos de interés por quienes tienen el control de los medios de comunicación” (Mora, 2002, p. 17). Se les han atribuido principalmente dos funciones: primero, establecer un orden que permita a los individuos orientarse en su mundo material y social y dominarlo; segundo, posibilitar la comunicación entre los miembros de una comunidad proporcionándoles un código para el intercambio social y un código para nombrar y clasificar sin ambigüedades los diversos aspectos de su mundo y de su historia individual y grupal (Farr, 1983, p. 655).

Aunque pueden ser mucho más, hay elementos recurrentes en las representaciones sociales, que se usan sobre todo en el campo de la investigación social. Estos son:

- La actitud. Uno de los componentes de toda representación social. Es la orientación global positiva o negativa de una representación.
- La opinión. Es una fórmula a través de la cual el individuo fija su posición frente a objetos sociales cuyo interés es compartido por el grupo.
- Los estereotipos. Categorías de atributos específicos a un grupo o género que se caracterizan por su rigidez.
- La percepción social. Una instancia mediadora entre el estímulo y el objeto exterior y el concepto que de él nos hacemos.
- La imagen. Más que un reflejo del mundo exterior, el concepto de imagen en la teoría de la representación social refiere a un conocimiento de sentido común o bien pensamiento natural que se construye a partir de experiencias, informaciones, conocimientos y

modelos de pensamiento recibidos y transmitidos a través de la tradición, la educación y la comunicación social: un conocimiento socialmente elaborado y compartido.

6. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

6.1. General:

- Analizar el impacto de los periódicos impresos El Universo, El Telégrafo, El Comercio y Expreso, y los sitios de Internet dedicados a las artes visuales en el público de Guayaquil, en relación con las artes visuales contemporáneas en el Guayaquil del presente siglo.

6.2. Específicos:

- Analizar las representaciones sociales sobre las artes visuales contemporáneas del Guayaquil del siglo XXI que tienen las unidades de análisis a partir de la recepción de los periódicos impresos (El Universo, El Telégrafo, El Comercio y Expreso) y los sitios de Internet dedicados a las artes visuales.
- Analizar de qué manera la crítica especializada que aparece en los periódicos impresos y los sitios de Internet dedicados a las artes visuales influye en la valoración de las unidades de análisis con respecto a las artes visuales contemporáneas del Guayaquil del siglo XXI.
- Analizar de qué forma las publicaciones de los periódicos impresos y los sitios de Internet dedicados a las artes visuales ejercen influencias motivacionales en las unidades de análisis en relación a las artes visuales contemporáneas en el Guayaquil del siglo XXI.
- Analizar los criterios editoriales concernientes a los temas culturales y de artes visuales contemporáneas en diario El Universo.

6.3. Preguntas de investigación

- ¿En qué medida las publicaciones de los periódicos impresos y los sitios de Internet dedicados a las artes visuales son motivadores para las unidades de análisis en relación con las artes visuales contemporáneas en el Guayaquil del siglo XXI?
- ¿De qué forma los medios de comunicación masiva influyen en las representaciones sociales sobre las artes contemporáneas de Guayaquil del siglo XXI?
- ¿De qué manera la crítica especializada de los medios influye en la valoración del público con respecto a las artes visuales contemporáneas del Guayaquil del siglo XXI?
- ¿Cuáles son los criterios editoriales con que diario El Universo aborda los temas culturales y de artes visuales contemporáneas?

7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

7.1. Enfoque

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo porque pretende entender conceptos y características de un fenómeno social determinado. La información a generar durante el proceso de investigación de campo, al igual que su análisis, es de carácter subjetivo, por lo que se espera que las conclusiones arrojen significados, apreciaciones conceptuales, percepciones y otros tipos de informaciones que no se pueden medir de manera cuantitativa, por lo que el enfoque cualitativo resulta necesario.

El enfoque cualitativo es también pertinente en este estudio que proponemos puesto que este enfoque busca describir las realidades de una persona, tiene entre sus propósitos determinar en qué grado una cualidad se encuentra cierta o no y descubrir cuantas sea posible con un entendimiento a profundidad (Mendoza, 2006).

7.2 Categorías de análisis

A partir de los objetivos específicos de la investigación se han definido tres categorías de análisis. Las definiciones de estas categorías, que se detallan a continuación, están basadas en supuestos teóricos ambientados en el contexto de los propósitos de esta investigación, por lo que debe asumirse que para efectos de este estudio se van a entender de la siguiente forma:

7.2.1 Representaciones sociales:

“La representación social no es una opinión momentánea y fragmentaria, sino una construcción en torno a determinados aspectos del mundo circundante que estructura una amplia gama de informaciones, percepciones, imágenes, creencias y actitudes vigentes en un sistema social determinado” (Costas, 2008). Partiendo de este concepto se ha definido que el interés de la investigación es analizar las representaciones sociales sobre el arte visual contemporáneo en Guayaquil en el público consumidor de dos tipos de medios de comunicación (periódicos impresos e Internet); debido a que con esto se podrá determinar de qué manera impactan estos medios en la construcción discursiva sobre las artes visuales contemporáneas de una parte del público del arte.

Como consecuencia, la presente investigación asume como representaciones sociales todas las informaciones, percepciones, imágenes, creencias y actitudes que las unidades de análisis tengan respecto a las artes contemporáneas visuales de Guayaquil, como producto del consumo de cualquiera de los dos tipos de medios de comunicación estudiados.

Para cumplir los propósitos de análisis, la investigación se basa en indicadores, medidas de un sistema (Ginés, 1999) que pretenden aterrizar y delimitar qué se va a definir en cada categoría de investigación. En el campo de las representaciones sociales, los indicadores son:

- Información sobre las artes visuales contemporáneas: La información que poseen los receptores sobre las artes visuales contemporáneas de Guayaquil.
- Percepción sobre las artes contemporáneas: Percepción de los receptores sobre las artes visuales contemporáneas de Guayaquil.
- Imágenes construidas sobre las artes contemporáneas: Imágenes mentales se forman los receptores sobre las artes visuales contemporáneas de Guayaquil.

7.2.2 Valoración del público:

La valoración es un proceso mediante el cual se reconoce, estima o aprecia el mérito de algo (RAE). En el campo del arte contemporáneo, esta valoración se da por la validación institucional y del mercado de la apreciación que los expertos realizan (historiadores del arte, críticos, connoisseurs, conservadores de museos, coleccionistas, galeristas y medios de comunicación), que “son los que establecen ese acuerdo que instituye el valor de una obra” (Armañanzas, 1993).

Para efectos de esta investigación, la valoración del público se entiende como el valor que este otorga al arte visual contemporáneo de Guayaquil a partir de su lectura de la crítica especializada que aparece en los medios. Los indicadores para determinar esta valoración son de tres tipos, dos se basan en criterios definidos por la catedrática española Emy Armañanzas para determinar el valor de una obra de arte: la propiedad del objeto por la importancia de su propuesta conceptual y la solidificación histórica de la obra por su valor cultural (Armañanzas, 1993); y el otro tiene que ver con la percepción de lo que se entiende como crítica especializada, cuyo propósito es servir de vínculo entre el reconocimiento de la crítica y los efectos que produce. En consecuencia, los indicadores de esta categoría que se asumen en este estudio son:

- Percepción de la crítica: Lo que los lectores perciben como crítica especializada presente en un medio de comunicación.
- Valor propositivo: Valor como propuesta conceptual o idea que los receptores le atribuyen a las artes visuales contemporáneas de Guayaquil.
- Valor cultural: Valor que los receptores le atribuyen a las artes visuales contemporáneas de Guayaquil como herencia cultural de la ciudad.

7.2.3 Influencias motivacionales ejercida por los medios

Desde los inicios del estudio de los medios masivos de comunicación se ha creído que estos ejercen un rol protagónico en la toma de decisiones de sus receptores. La Teoría Hipodérmica, por ejemplo, sostenía el paradigma de la comunicación como un proceso de “estímulo y respuesta” (Pontificia Universidad Javeriana de Cali, 2006). Más tarde, estos conceptos fueron renovados, dando paso a otros enfoques en los que se defendía la ausencia de pasividad por parte del receptor (Investigación sobre los Usos y Gratificaciones) (Brito Z. , 2003).

Sin embargo, hasta la actualidad los medios siguen ejerciendo influencias en sus receptores, actuando como motivadores de diversas conductas o tomas de decisiones. Especialistas de la escena artística guayaquileña, entre ellos el galerista David Pérez Mac Collum y el artista Saidel Brito, aseguran que los medios de comunicación ejercen un papel importante en la asistencia del público a un evento relacionado con las artes contemporáneas, bien sea una exposición o una charla. “Hay una línea directa: si te saca la prensa viene más gente” (Pérez Mac Collum, 2012).

Es así que esta investigación entiende las influencias motivacionales ejercida por los medios como el proceso mediante el cual los medios estudiados (periódicos impresos e Internet) intervienen en las diferentes motivaciones de consumo que tiene el público en relación con las artes

contemporáneas de Guayaquil. Las motivaciones de consumo puede ser de diversos tipos, pero en esta investigación se analizan las que se relacionan con los componentes del mundo del arte, definidos por Danto: coleccionismo, mercado del arte y galerías; museos, salones y bienales; público y nuevas audiencias; la formación artística; obras y artistas; crítica y medios de comunicación masiva (Danto, 1997). De estos componentes se derivan los indicadores de esta categoría:

- Motivación para asistir: Motivación que sienten los receptores para asistir a un evento relacionado a las artes visuales contemporáneas de Guayaquil.
- Motivación para comprar: Motivación que sienten los receptores para comprar una obra de artes visuales contemporáneas de Guayaquil.
- Motivación para consumir productos críticos: Motivación que sienten los receptores para consumir productos críticos relacionados a las artes visuales contemporáneas de Guayaquil

7.2.4 Criterios editoriales

Para esta investigación, los criterios editoriales son los preceptos que orientan la agenda de un medio. Incluyen tanto las decisiones de priorización temática, como el enfoque y la forma en que se abordan las informaciones. Estos criterios son ejercidos por los periodistas responsables de un medio y establecidos por las jerarquías dentro de ellos: los directores y los editores. En este estudio, los criterios editoriales a analizar son los de diario El Universo, especialmente los referentes a las informaciones culturales y sobre todo a los que tienen que ver con temas sobre artes visuales contemporáneas en Guayaquil. Los indicadores por medio de los cuales se analizan los criterios editoriales son:

- Jerarquización de las informaciones culturales: El orden de importancia que tienen los temas que aparecen en la sección cultural, para ver qué lugar ocupan las informaciones sobre artes visuales
- Tratamiento de las artes visuales contemporáneas: La forma en que el diario aborda las informaciones referentes a este tema.

7.3 Unidades de análisis

Para estudiar el impacto de los medios sobre el público se han definido tres perfiles de unidad de análisis: los consumidores de periódicos impresos en Guayaquil, los usuarios regulares de Internet en Guayaquil y los responsables editoriales de diario El Universo. La decisión sobre los integrantes elegidos para los dos primeros perfiles se desprende de estudios previos y la elección de los tipos de medios se debe, como ya se lo explicó en el problema de estudio, a que los medios impresos son los que más atención prestan a la información cultural (CIESPAL, 2010) y a que los sitios de Internet dedicados a las artes visuales, según expertos como el galerista David Pérez Mac Collum y el artista Saidel Brito, han generado nuevas discusiones sobre artes visuales contemporáneas en Guayaquil. Los integrantes del tercer perfil son los responsables editoriales de El Universo que tratan temas culturales, entre los cuales se incluyen los referentes a las prácticas artísticas de la ciudad, el principal interés de la investigación.

Dentro los perfiles hay criterios de selección que permiten diversificar la muestra, enriqueciendo el estudio y dándole la posibilidad de dilucidar conclusiones comparativas. Los criterios de selección hacen que dentro de los dos primeros perfiles existan tres tipos de consumidores: expertos en artes, estudiantes de arte y consumidores de medios promedios.

Perfil 1. Consumidores de periódicos impresos en Guayaquil.

En este grupo, todos los seleccionados residen en Guayaquil y son consumidores regulares, al menos tres veces por semana, de alguno de los siguientes diarios: El Universo, El Telégrafo, El Comercio y Expreso, los de mayor presencia en la ciudad que tienen secciones específicas dedicadas a la cobertura de noticias culturales, dentro de las que se insertan las informaciones relativas a las artes visuales contemporáneas de Guayaquil. Además, se ajustan a alguno de los siguientes criterios de selección:

- Expertos en artes visuales: Personas con probada experiencia en el campo de las artes visuales, que hayan ejercido e ejerzan en la actualidad labores de crítico, artista, docente, galerista o coleccionista.
- Estudiantes de artes visuales: Personas que sean parte de un proceso de formación académica superior en artes visuales.
- Consumidores promedio de periódicos: En el capítulo dedicado a Ecuador del informe The handbook of spanish language media encontramos que el rango de edad promedio de los lectores de periódicos oscila entre los 25 y 44 años (Jordán & Panchana, 2010). Por este motivo, los integrantes de este criterio de selección son personas de entre 25 y 44 años que residan en Guayaquil y no estén involucrados de ninguna manera con el campo de las artes.

Perfil 2. Usuarios de Internet en Guayaquil.

Todos los seleccionados de este grupo residen en Guayaquil y usan activamente una conexión a Internet en su casa, trabajo o universidad. Además, se ajustan a alguno de los siguientes criterios de selección:

- Expertos en artes visuales: Personas con probada experiencia en el campo de las artes visuales, que hayan ejercido e ejerzan en la actualidad labores de crítico, artista, docente, galerista o coleccionista.
- Estudiantes de artes visuales: Personas que sean parte de un proceso de formación académica superior en artes visuales.
- Consumidores promedio de Internet: El capítulo sobre Ecuador del informe The handbook of spanish language media establece que los principales consumidores de Internet en Ecuador es la población de entre 10 y 25 años de edad (Jordán & Panchana, 2010) debido a que este segmento es el que más atención le ha prestado al desarrollo de la web en el país por cercanía generacional. Por ende, los integrantes de este grupo son personas de entre 18 y 25 años que residan en Guayaquil y no estén involucrados de ninguna manera con el campo de las artes.

Perfil 3. Responsables editoriales de diario El Universo.

Los seleccionados para este perfil ejercen labores de responsabilidad editorial en diario El Universo. Son los dos editores que están más relacionados al campo cultural: el editor del segmento Vida y Estilo y el editor de La Revista.

7.3.1 Perfiles de las unidades de análisis

Perfil 1. Consumidores de periódicos impresos en Guayaquil.

La muestra para este perfil será de diez personas. De acuerdo a los criterios de selección establecidos, la muestra queda así:

Expertos en artes:

- Crítico de arte, Rodolfo Kronfle.
- Crítico de arte, Juan Castro y Velásquez, 65 años
- Artista plástico, Xavier Patiño, 51 años

Estudiantes de artes:

- Estudiante, Julia Coronado, 28 años.
- Luis Chenche, 24 años.
- Jean Carlos Basilio, 23 años.

Consumidores promedio de periódicos:

- Andrea Espinoza, 23 años
- Juan Sebastián Iturralde, 27 años
- Roxana Toral, 22 años.
- Lucero Llanos, 22 años.

Perfil 2. Usuarios de Internet en Guayaquil.

La muestra para este perfil será de diez personas. De acuerdo a los criterios de selección establecidos, está integrada así:

Expertos en artes:

- Galerista, Pilar Estrada, 30 años.

- Ex galerista, Madelaine Hollander, 68 años.
- Crítica de arte, Matilde Ampuero, 52 años

Estudiantes de artes:

- Luis Miguel Medina, 20 años.
- Diego Kang, 20 años.
- Leandro Pesantes, 25 años.

Consumidores promedio de Internet:

- Gabriela Jiménez, 24 años.
- Gary Vargas, 23 años.
- Noris Arroyave, 23 años.
- Gabriela Giler, 23 años.

Perfil 3. Responsables editoriales de diario El Universo.

- Editor de Vida y Estilo: Clara Medina.
- Editor de La Revista: Carlos Ycaza.

7.4 Instrumentos de investigación

El principal instrumento es la entrevista a profundidad. Funciona porque la investigación, pensada en el público de los medios de comunicación masiva y sus lecturas sobre las artes visuales contemporáneas de Guayaquil, pretende extraer opiniones y “la entrevista es un acto de

comunicación oral que se establece entre dos o más personas con el fin de obtener una información o una opinión” (Romeo & Domenech, 2005).

Con las entrevistas a profundidad se busca recoger información de manera profunda y en confianza. La técnica es más adecuada que otras como grupos focales porque establece mayor libertad expresiva en los entrevistados, que se dan opiniones que no darían cuando están en grupos. Además, esta técnica –de manera estructurada- permite un mejor acceso a los contenidos representacionales y a las valoraciones subjetivas. Asimismo, la entrevista permite limpieza a la hora de analizar los datos, porque los comentarios no se mezclan con los de otras personas.

7.5 Técnicas de recogida y análisis de datos

Luego de las entrevistas a profundidad definidas como el instrumento de investigación, debido a su capacidad de recoger información subjetiva, para hacer el análisis de la información se establecerá una tipología de resultados en función de las categorías analíticas. Para cada tipología, la información se analizará dividida entre los dos perfiles de las unidades de análisis.

Luego, considerando toda la información se llegará a conclusiones que esclarecerán y responderán a los objetivos planteados por la investigación.

7.6 Cronograma de investigación

ACTIVIDADES	MESES
Elaboración de los instrumentos de investigación	2 de julio – 23 de septiembre
Recopilación de datos producidos por las técnicas de	24 de septiembre – 20 de

investigación	diciembre
Transcripción de técnicas	24 de octubre – 20 de diciembre
Interpretación de los hallazgos	1 de noviembre – 31 de diciembre

8. RESULTADOS

8.1 Perfil 1: Consumidores de periódicos

Representaciones sociales

Expertos en artes visuales: Los consumidores entrevistados son sobre todo lectores de El Universo, periódico que ellos leen a diario y que dedica, en promedio, ocho páginas para las noticias de “Entretenimiento y cultura”, donde se insertan las informaciones referentes a artes visuales. Para definir teóricamente lo que son las artes visuales contemporáneas, se refieren a manifestaciones artísticas que tienen presencia en Guayaquil a partir del surgimiento de un grupo denominado la Artefactoría. Con respecto a la definición de las artes contemporáneas que hacen los periódicos, Juan Castro dice que “no tienen esa capacidad”, Xavier Patiño opina que “no han generado discusiones para entender el tema” desde ellos mismos ni hacia su público y Rodolfo Kronfle asegura que, incluso si es que lo han hecho, “ha sido en clave peyorativa”. Sobre qué artista o grupo de artistas ha tenido mayor presencia en sus páginas, las opiniones son diversas: mientras Patiño dice que ninguno ha recibido más atención que otro, Castro considera que los artistas relacionados al ITAE han recibido más cobertura, pero debido “a los escándalos” que han hecho y Kronfle comenta que a los responsables del periódico “les da lo mismo cubrir a la señora que pinta

los domingos". Sobre los lugares donde se reúnen las artes en Guayaquil, Castro considera que los periódicos son plurales, "en tal galería o tal museo", no da nombres, mientras que Patiño opina que el espacio con mayor atención mediática "es el Museo Municipal".

En lo relacionado a la percepción, la calidad de las artes visuales contemporáneas de Guayaquil, considera Kronfle, son las de "mayor relevancia a nivel nacional". Sin embargo, opinan los demás, eso no se ve en los periódicos, porque, explica Patiño, "por lo general veo en el periódico obras con poca importancia". Castro opina que de la lectura del periódico no se puede elaborar una opinión sobre la calidad de una manifestación, porque piensa que no hay personas con capacidad para escribir sobre plástica. Para ellos, la importancia de la prensa escrita en las artes tiene que ver, dice Castro, con la capacidad de que el público se entere de lo que está pasando en la ciudad, "es la mejor forma de que las cosas estén en conocimiento de la comunidad", explica. Patiño coincide y agrega la relevancia de la motivación de asistencia: "La importancia es que la gente pueda enterarse de algún evento y asista". Kronfle se decanta por señalar al medio como "figura de autoridad", que al poner algo en sus páginas está legitimando una expresión: "Pero qué tienes tú, una audiencia de miles de personas que ven eso y dicen arte".

Todos los entrevistados coinciden en que los periódicos no cuentan con periodistas especializados, con criterio para escribir sobre artes visuales, y eso se manifiesta en artículos que son "Son netamente referencias, enumeraciones de quiénes son los artistas", considera Castro; Patiño señala que los periodistas "hacen un relato, casi un cuento de lo que ven, priorizando lo que ellos ven sobre lo que realmente es". Un artículo periodístico bien escrito sobre artes visuales contemporáneas debería no enfocarse en cuestiones anecdóticas del trabajo del pintor, sino en la obra, en la propuesta artística del que expone.

En el segmento de imágenes construidas por la prensa, los entrevistados difieren en sus criterios: Castro considera que el periódico retrata a los artistas contemporáneos como un grupo de gente joven “poco convencional, hasta cierto punto contestataria, lo cual en definitiva no son, porque actualmente cuando estamos viviendo momentos políticos tan importantes ellos no se han manifestado”; mientras que Patiño opina que por lo general, los artistas contemporáneos son retratados de forma preestablecida, la de alguien que se para al lado de una obra.

Estudiantes de artes visuales: Los entrevistados de este segmento consumen El Universo. Las definiciones que hacen de las artes visuales contemporáneas atañen a su carácter integrador y libre en lo referente a los formatos, “son bastante flexibles, te dejan fantasear con los formatos”, dice Jean Carlos Basilio; “tienen que ver con juntar lo que ya se ha creado y divertirse transgrediendo los formatos”, opina Luis Chenche; “son muy variadas, básicamente son un equilibrio entre la información y preocupaciones que tengan algún tipo de relevancia”, menciona Julia Coronado. Sobre la definición que extraen de los periódicos, los entrevistados difieren en sus comentarios, aunque todos son negativos: “presentan un panorama básico, sin profundidad”, dice Jean Carlos Basilio; “hay una especie de marginación”, opina Luis Chenche; “hay harta gente que pinta, la mayoría pinta feo”, comenta Julia Coronado. Sobre el tipo de arte más tratado por la prensa, Jean Carlos Basilio considera que es el tradicional, “al contemporáneo no lo entienden”; concuerda Luis Chenche, porque cree que a la prensa “le asustan las propuestas nuevas”; mientras que Julia Coronado cree que depende de los contactos que tenga el artista. Los lugares donde se reúnen las artes visuales contemporáneas son “el Salón de Julio, el Salón de Octubre y el FAAL”, opina Coronado.

Para este grupo, la calidad de las artes visuales contemporáneas de Guayaquil tiene poco que ver con lo que se publica en el periódico, porque en sus páginas todo tiene cabida: “se ve de todo”,

opina Basilio; “al poner de la misma forma una exposición propositiva y una de las de siempre, las tradicionales, están poniéndolas al mismo nivel”, considera Chenche; “hay algunos exponentes que son buenos, hay algunos que están en camino y hay mucha gente que pinta”, completa Coronado. La importancia de este medio, según estos entrevistados, radica en la capacidad para dar a conocer y, en consecuencia, incentivar las discusiones: “cuando sale en la prensa la gente se interesa no solo en ver, sino en discutir lo que está pasando, debatir si es posible”, dice Basilio; “aunque sea para decir mierdas, pero la gente empieza a hablar”, agrega Chenche; y “llega a la opinión pública”, piensa Coronado. Este grupo también considera que por lo general, los periodistas no están capacitados para escribir sobre artes visuales contemporáneas, porque “porque lo que presentan no abarcan niveles extensos sobre todo lo que implican las artes visuales”, explica Basilio y agrega que se da cuenta de eso porque solo “documentan”, limitándose a decir “los colores están bonitos y la forma se parece a esto”; “la prensa saca la foto del artista no más, se pierde lo más importante”, completa Chenche; aunque Coronado toma en cuenta que “aparte de que si el periodista es bueno o no, responde a un criterio editorial”. Sobre cómo debería ser una nota periodística bien elaborada en este tema, los entrevistados hablan de destacar “las propuestas, las ideas detrás de una obra”, “el sustento teórico sobre todo” y que “debería investigar procesos, antecedentes, quien escribe debe tener un amplio conocimiento que llegue más allá del modernismo”.

Lectores promedio: Una vez más, El Universo es el periódico leído por este segmento. Una de las entrevistadas, Andrea Espinoza, declaró no tener claro de qué se habla cuando se trata de artes visuales contemporáneas: “No sé. Creo que estamos hablando de pintura, fotografía y escultura básicamente”, explicó. Otro de los entrevistados, Juan Sebastián Iturralde, igualmente se mostró confuso con la pregunta e incluyó, dentro de lo que él considera artes visuales contemporáneas, al teatro y al cine. Roxana Toral y Lucero Llanos explicaron mejor sus ideas al respecto, y aunque la

primera dijo que es “el arte de nuestro tiempo” y que lo ve “rupturista”, la segunda habló sobre formatos que “emigraron del lienzo”. Al momento de definir las artes visuales contemporáneas desde su representación en el periódico, Espinoza aseguró que son “escasas” y que no puede hacerse un concepto, porque recuerda haber visto informaciones al respecto solo en “bienales y una que otra exposición”; Toral coincidió diciendo que no se puede formar un concepto desde la lectura del diario, porque “la sección cultura no tiene mucha cabida y los temas que más se destacan son los de tipo farándula”, además de pensar que los responsables del medio no tienen claro qué es el arte contemporáneo; Llanos, en cambio, habló de la dificultad para identificar el “arte visual”, debido a que todo lo que no es pintura, escultura o fotografía es una minoría en la agenda mediática; Iturralde optó por decir que “el periódico dice que todo está bien, que todo es bueno”. Los artistas recordados por estos lectores son: Saidel Brito, Gabriela Chérrez, Ilich Castillo, Jorge Jaén, Lenín Mera, Wilson Pacha, Xavier Patiño, Marcos Alvarado y Marcos Restrepo. Sobre el tratamiento que el medio le da los artistas y sus obras, Iturralde dijo que parece más una relación de amistad, a pesar de que los demás consultados se decantaron por decir que el tratamiento se da exclusivamente en momentos coyunturales: cuando hay una bienal, un salón o una exposición de por medio. DPM, Espacio Vacío, NoMínimo, el MAAC, el Museo Municipal, Las Peñas y en menor medida la Casa de la Cultura, además del Salón de Julio, son los lugares donde se reúnen las artes para este grupo de entrevistados.

En cuanto a la percepción, dos de los entrevistados, Espinoza e Iturralde, coinciden en que el diario presenta cualquier expresión como sobresaliente, “el problema es que según el periódico, todo es bueno, pero a veces yo voy a las exposiciones y digo esta vaina es paja”, expresó Iturralde. Llanos, reconociendo la ausencia de criticidad del medio, no se arriesgó a dar su percepción sobre la calidad mientras que Toral explicó que es difícil decirlo por la poca importancia que recibe el tema, aunque “creería, a partir de lo que publican, que no hay un movimiento cultural fuerte en la

ciudad". Tres de los consultados consideran que se hace poco arte visual contemporáneo en la ciudad, mientras que Llanos se abstiene de opinar, porque considera que no todo lo que se hace sale en el medio. Todos los miembros de este grupo concuerdan en que los periodistas que escriben no tienen mayores conocimientos sobre artes visuales. Esto provoca, según Espinoza, que sus artículos sean solo "información general de la exposición", o "una transcripción del boletín", según Toral. Para Iturralde, una nota periodística sobre artes visuales debería llevar la opinión del periodista, que "debe ser experto", pero Toral y Llanos concuerdan en que sobre todo, debe llevar "contexto".

Las imágenes referentes a las artes visuales que estos consumidores de periódicos se construyen a partir de sus lecturas se edifican en torno a las imágenes publicadas: Espinoza menciona "cuadros abstractos", mientras que Toral y Llanos dicen "fotos con poco texto" y "foto del autor gesticulando con la obra en segundo plano". Al artista se lo imaginan como alguien joven, "de entre 20 y 40", dice Llanos, que está buscando abrirse un espacio, por lo general tiene poco apoyo.

Valoración del público con respecto a la crítica

Expertos en artes visuales: Con respecto a la percepción de la crítica, los entrevistados coinciden en que los periódicos no hacen crítica de artes visuales. "Lo que hay es una reseña, pero no hay una opinión", dice Juan Castro, salvo "excepciones responsables", como las llama Rodolfo Kronfle, al mencionar algunos textos críticos que muy de vez en cuando aparecen en el periódico firmados por personas ajenos a ellos: "ha habido casos, como el de Rody Kronfle, en algún momento Lupe Álvarez, Juan Castro", explica Xavier Patiño y Kronfle agrega a "Pilar Estrada y María Inés Plaza" a la lista de plumas que han pasado por los diarios. La importancia de que se le de mayor presencia a la crítica, opinan, tiene que ver con la discusión pública de las artes: "Genera no solo una discusión, sino un diálogo", sostiene Patiño; "más interés de asistir", agrega Castro y Kronfle

deduce que “si tuviéramos secciones culturales solventes, estaríamos a nivel internacional, porque estamos haciendo cosas interesantes”. Y debido a la falta de crítica, el periódico es incapaz de transmitir el valor propositivo de las artes visuales contemporáneas, dado que al faltar autores con juicio, los periodistas que se encargan “reproducen” lo que diga el artista, según Castro, quien agrega: “los artistas quieren medirse con los grandes, por eso es importante la crítica”; Patiño explica que el público, en consecuencia, entiende poco y termina diciendo “no me gusta”. Y a pesar de que todos los entrevistados creen que las artes visuales contemporáneas están directamente relacionadas a la construcción cultural de Guayaquil, Patiño considera que “hay cosas que son aportes más importantes que otras porque abordan posibilidades que no han sido tratadas”. Y los medios, sin capacidad crítica, no hacen ese razonamiento.

Estudiantes de artes visuales: Los entrevistados están de acuerdo con que no existe crítica especializada en el periódico. Dos de ellos, Luis Chenche y Julia Coronado, dicen que han escuchado que ha habido, pero sostienen que por lo general no hay. Jean Carlos Basilio considera que si acaso aparece un concepto crítico en un artículo del diario se debe a algún entrevistado que ofreció una opinión, pero crítica formal, realizada a propósito por el medio, no la hay. La importancia de que la hubiere, sostienen los consultados, es que “van a comenzar a provocar debates que enriquecen las prácticas culturales”, explica Basilio; “así sea buena o mala pone a tu obra en un escaparate, para que la gente la vea y sepa que la haces”, opina Chenche; y Coronado considera que “la idea es llegar más allá de los cuatro que sí saben”, aunque no está segura de que los lectores del periódico vayan a leer críticas, porque “hay crítica de arte que algunos podemos entender y que otros no pueden”. Nuevamente, con la ausencia de la crítica, el valor propositivo del arte visual contemporáneo resulta sacrificado: “Lo máximo que dicen es el criterio del jurado, pero de ahí a decir qué es lo que se supone que el artista quiso hacer en esa obra”, dice Coronado. De la misma forma ocurre con el valor cultural, porque sin crítica la cobertura mediática se reduce

a eventos: “por decir algo, comenzó el FAAL y vinieron unas personas el primer día, cuando nadie ha hecho nada, a preguntar de qué va a ir y cosas así”, sin prestar atención a que sin necesidad de que ocurra algo especial las artes visuales contemporáneas “hablan de lo que está pasando”.

Lectores promedio: Tres de los entrevistados optan por decir que no existe o no han visto crítica especializada en el periódico, mientras que una de ellas, Lucero Llanos, considera que en caso de que exista no se aprecia. Todos ellos consideran importante que el medio de espacio a la crítica porque, “aprendería de un experto”, dice Juan Iturralde, “aprendería conceptos”, considera Llanos, “genera criterios”, explica Andrea Espinoza y, Roxana Toral, siente que la crítica “aporta información más allá de los rasgos obvios”. Solo Espinoza recuerda el nombre de un crítico, Rodolfo Kronfle, pero no por recordarlo del diario sino “por una web”. Los demás, no mencionan ningún nombre. El valor como propuesta del arte visual contemporáneo, consideran estos entrevistados, no es evidenciado por el periódico: al no existir críticos, los periodistas “hablan más del pintor que de la obra. No hablan de la exposición porque no saben de qué hablar”, piensa Iturralde. Los entrevistados creen que las artes visuales contemporáneas aportan a la construcción cultural de la ciudad, porque “el arte puede hablar mucho del contexto social actual y puede ser una forma de generar otra clase de discusiones”, sostiene Espinoza, pero no ven esa importancia reflejada en los artículos periodísticos, que –opina Iturralde- “representan más al pintor, el protagonista es el pintor y no la obra”.

Influencias motivacionales

Expertos en artes visuales: Sobre la motivación para asistir, según Juan Castro y Xavier Patiño, los periódicos tienen una influencia directa, porque estos “publicitan” los eventos, dice Patiño y Castro explica: “alguien irá que no es que ha estado invitado sino que lo vio en el periódico. Por eso es indispensable”. Sin embargo, Rodolfo Kronfle, aunque reconoce esta capacidad, considera

que el periódico ha tenido nula influencia en la convocatoria. Según él percibe, “en una exposición solo vas a ver a los parientes de las personas que exponen y a un círculo de amigos más reducido”. Patiño agrega que tiene que ver con el espacio destinado al artículo, “si han hablado media página de ti es todo un éxito”, dice. Motivaciones para comprar, creen los consultados, son generadas en forma mínima o nula por el periódico, dado también que el mercado del arte local es insipiente. Kronfle asegura que en todo caso, eso no es un problema: “si lo hicieran me diera mucho miedo. No estaría de acuerdo que la tengan, porque no están para eso, las notas por más en clave positiva que sea no deberían promover el tema del mercado”. Sí generan motivaciones para consumir otros productos, porque “alguien que no entiende lo que se dijo o que se queda con la duda busca algo que lo aclare”, explica Patiño, mientras Castro aduce que estos lectores buscan la fuente de la información, acuden “al mismo lugar donde se está dando el hecho”.

Estudiantes de artes visuales: Este grupo también considera que la prensa tiene capacidad de convocatoria, sin embargo, Julia Coronado dice: “Del 100% de las exposiciones, la prensa no cubre ni el 50%”, por lo que tampoco han podido tener impacto en el “público en general”. En la decisión de compra no influyen. Basilio dice que adquirir una obra solo lo hace “gente que tiene plata” y, coinciden Chenche y Coronado, las personas con el poder adquisitivo interesadas en el arte “no necesitan a los periódicos para eso”. Sí influyen en el consumo de otros productos, en algunos casos curiosidad por ir al sitio fuente de la información, o sea ir a la exposición y preguntarle al mismo artista, y en otros a Internet, a espacios como Río Revuelto. En buena medida, según Coronado, porque “la información es incompleta o porque uno no cree y tiene que corroborar en otra parte”.

Lectores promedio: Los entrevistados coinciden en que los periódicos pueden generar motivaciones para asistir a una exposición o un evento de artes visuales contemporáneas, pero no

lo hacen cuando la información es de tipo “agenda”. Prefieren asistir cuando se hace un trabajo extenso al respecto, “cuando hay fotos muy bacanes de la obra que se expone o el texto es muy bueno voy”, dice Lucero Llanos. En lo referente a la motivación de compra, los periódicos no influyen en estos entrevistados, en ellos existe la percepción generalizada de que el arte “es carísimo”: “mi sueldo no me lo permite”, explica Llanos. Y aunque están de acuerdo con que el periódico no ofrece información completa sobre artes visuales, estos lectores excepcionalmente se sienten motivados a buscar más consumos al respecto: “solo si se trata de una obra que me haya dejado muy impresionada”, dice Llanos, quien acude a Río Revuelto; y “cuando me quedo insatisfecho busco en Google”, explica Iturralde.

8.2 Perfil 2: Consumidores de Internet

Representaciones sociales

Expertos en artes visuales: Los entrevistados de este segmento, aunque pasan en Internet conectados “prácticamente todo el día”, hablan de una escasez de sitios dedicados a las artes visuales contemporáneas de Guayaquil. El blog de Rodolfo Kronfle, Río revuelto, es el único mencionado en este aspecto, además de las redes sociales Facebook y Twitter, herramientas usadas para difusión. Sobre la definición de las artes visuales contemporáneas, dice Pilar Estrada, son manifestaciones que abordan intereses desde condiciones artísticas, sociales o políticas; mientras que Matilde Ampuero comenta que son una “concepción ampliada de técnicas y propuestas que incluye tanto el arte tradicional, como la pintura y la escultura, como el performance, el arte relacional, conceptual”, aunque, en Guayaquil, se concibe al término contemporáneo como “un saco donde se guarda de todo, pero que además se ha prestado para albergar buen y mal arte, más del malo que del bueno”. Estrada y Ampuero difieren a la hora de hablar sobre la representación de las artes visuales contemporáneas desde lo que se ve en la

web: la primera habla de un “balance interesante”, por tener la capacidad de buscar lo que le interesa; la segunda dice: “que los artistas de Guayaquil, y en general del Ecuador, están produciendo un arte cada vez más referenciado, mil veces visto, precisamente en Internet”. Madelaine Hollander considera que la información que circula por Internet es “más efectiva, más directa, más rápida, estoy conectada con un circuito que me mantiene informada”. Según estas entrevistadas, ningún artista en especial tiene más presencia que otros en la web, dado el acceso masivo que puede ocurrir en la web: “es rápido y barato”, explica Hollander. DPM, Espacio Vacío, el MAAC, el MUMG y NoMínimo, además de los salones de Julio y Octubre son los espacios donde se reúnen las artes visuales contemporáneas en Guayaquil, según este grupo. La importancia de la web, para las entrevistadas, radica en la difusión selectiva que se puede hacer: “es tu ojo, vas viendo más allá de la superficie. Internet te da la posibilidad de ver más, aunque no hayas ido”, considera Estrada.

Estudiantes de artes visuales: Al igual que los lectores expertos en artes visuales, los estudiantes hablan de la escasez de sitios locales dedicados a las artes visuales contemporáneas. Nuevamente Río Revuelto es el único referente, además de redes sociales como Facebook y Twitter, sobre todo la primera, donde circula información sobre eventos, no criterios especializados. Respecto a la definición, los entrevistados a procesos, no a obras, que marcan rupturas de lo establecido. “Es dejar el concepto de plásticas y llevarlo hasta algo más global”, dice Miguel Medina, quien considera que la Internet retrata al arte visual contemporáneo de Guayaquil “en desarrollo”. Los tres consultados dicen que ningún artista tiene mayor presencia que otros en la web, pero Leandro Pesantes señala que Río Revuelto muestra un panorama, pero siendo el único sitio que lo hace, se genera una visión hegemónica en la opinión: “lamentablemente no todos los portales tienen la misma fuerza”. NoMínimo, el ITAE, DPM y Espacio Vacío son los sitios donde se reúnen las artes visuales contemporáneas según estos entrevistados, quienes otorgan importancia a la

Internet sobre todo porque a través de la red pueden difundir sus contenidos. “Nos da carta abierta al público, nos deja hacer circular nuestras obras, sin costos”, comenta Pesantes y Diego Kang añade que, además, les deja “alimentar la mente” con otros contenidos.

Lectores promedio: Este grupo desconoce la existencia de webs dedicadas a las artes visuales contemporáneas de Guayaquil, solo mencionan sitios internacionales, además de redes sociales y búsquedas de Google. Ellos ubican a las redes sociales como la forma mediante la que más acceden a este tipo de información. Sin embargo, admiten que, dada la forma en que operan herramientas como Facebook o Twitter, la información se queda entre el mismo círculo de conocidos o interesados. Este grupo difiere en cuanto a sus definiciones de las artes visuales contemporáneas: Vargas y Giler asocian el concepto directamente al cine, Jiménez considera que es “el arte matizado por la tecnología” y Arroyave cree que hace referencia a arte elaborado con preceptos modernos, de nuestros tiempos. La forma en que creen que Internet representa las artes visuales contemporáneas es igualmente diversa: Arroyave cree que presenta un panorama “nulo”, Jiménez dice “en desarrollo”, Vargas las considera “un medio no explotado, de culto” y Giler como “nada wow, solo la pantalla del MAAC”. Dos de ellos dicen no recordar a ningún artista por haberlo visto en la web, mientras Vargas menciona a “Sebastián Cordero” y Arroyave a “Nuno Acosta”. Los sitios de reunión de las artes, para ellos, son el MAAC, al que Giler recuerda por “esa exposición de la violencia que fue vetada”, además de InMunicipio, el Centro Cívico, la Alianza Francesa, NoMínimo, La Casa Morada, los Museos de la Casa de la Cultura, del Municipio. “Muy poco en galerías”, sostiene Arroyave. La difusión masiva y sin costo de contenidos es la razón por la que le otorgan importancia a Internet en relación con las artes visuales contemporáneas.

Valoración del público

Expertos en artes visuales: El tratamiento crítico de las artes visuales contemporáneas, Pilar Estrada y Madelaine Hollander lo obtienen de Río Revuelto exclusivamente. Matilde Ampuero considera que en los espacios de crítica locales como Río Revuelto, “las notas de arte que hay en la web están muy sesgadas hacia las preferencias de quien las publica, esto incluye periodistas y propietarios de blogs locales”. Estrada considera que las lecturas críticas, vuelven más críticos a los consumidores. A pesar de que Ampuero considera que, solo desde lo que ha visto en la web, en Guayaquil se hace “muy poco” arte visual contemporáneo, Hollander cree que eso está en crecimiento y que se lo puede percibir en el “nuevo público” que está naciendo en la web. El valor propositivo en los artículos no está sustentado debidamente, “se enfocan más en lo superficial”, opina Estrada, a menos que lo haga un crítico especializado, lo que es “un pequeño milagro”. El valor cultural tampoco evidenciado, debido a que los sitios “Solo informan, también enredan”, explica Ampuero.

Estudiantes de artes visuales: Los entrevistados de este grupo reconocen a Rodolfo Kronfle, a través de Río Revuelto, como el único crítico de las artes visuales contemporáneas de Guayaquil. La ausencia de otras personas que opinen, “es un conflicto tremendo, porque es una forma de no reconocer los procesos que se están dando, ni a los muchos artistas jóvenes que están produciendo en Guayaquil”, opina Leandro Pesantes; “muchos ponen sus ideas en un altar y él es el único que hace crítica”, dice Diego Kang. Este grupo opina que el valor propositivo del arte visual contemporáneo sí se evidencia en la crítica, pero por la poca que hay, viniendo desde una misma fuente, es poco. El valor cultural, por lo poco que se hace y lo que se documenta, es menor su importancia.

Lectores promedio: Los consumidores de este grupo no reconocen crítica local en Internet, aunque sí mencionan su importancia: “Es importante porque si tuviéramos un crítico verdadero en

estos temas podrían tener más atención”, opina Gabriela Giler. El valor propositivo se ve poco reflejado en la web, aunque aparece en mayor parte por labor de los propios artistas. Una nota bien hecha, debería ser “descriptiva, pero no literal”, considera Gabriela Jiménez. Noris Arroyave cree que si entendiera las intenciones de una pieza podría valorarla más, a veces no solo verla como una queja, sino como una propuesta. El valor cultural queda relegado para este segmento de entrevistados. Gary Vargas opina que si se habla de valor cultural, se lo hace desde una manera lastimera: “diciendo ‘mira, esta obra es ecuatoriana, hay que ir a ver, es hecha por nosotros’. Se habla del esfuerzo para que la obra esté realizada, más no del contenido artístico de la misma”.

Influencias motivacionales

Expertos en artes visuales: La capacidad de convocatoria de la web es mencionada por Pilar Estrada y Madelaine Hollander. Estrada se la atribuye a que “el público de Internet sabe lo que busca y recomienda, entonces genera una red de interesados”, “porque en Facebook no abres un evento que no te interesa, porque no retuiteas algo que no te interesa, este tipo de redes fomenta un grupo realmente interesado”. Sobre la compra, explica Matilde Ampuero, la Internet no tiene mayor influencia, aunque Hollander cree que eso es consecuente a la generación de nuevo público interesado. Sobre otros consumos generados, Ampuero habla de la facilidad de Internet para investigar. Ella, personalmente, “compra libros por Amazon”. Hollander cita una tendencia generacional: “a los jóvenes no me los imagino leyendo El Universo, pero sí en Internet. Es la información de hoy”.

Estudiantes de artes visuales: Independientemente de si la información está cargada de comentarios positivos o negativos, los entrevistados de este grupo consideran que la web sí convoca asistencia, incluso “cuando se hacen comentarios negativos, se crea polémica, hay más interés”, dice Diego Kang, quien opina que “la gente que asiste son las que están en el mismo

medio, porque se comunica por la red de conocidos”. “En la divulgación sí ayuda, porque puede acceder a todo público de todas las edades”, explica Miguel Medina. Sobre la compra, los estudiantes se muestran reticentes a creerlo, pero por las artes contemporáneas creadas en este medio en si: “No creo que aquí se haga arte con la idea de venderlo”, “el arte contemporáneo no tiene mucho que ver con la compra”. Leandro Pesantes considera que la web sí motiva otros consumos, debido a que se puede “bajar libros, ver videos, obtener información internacional, incluso desde ahí mismo puedes hacer tu obra”.

Lectores promedio: En el apartado de la convocatoria, los entrevistados de ese segmento priorizan la labor de las redes sociales, porque “son gratis, tienes más espacio, puedes hacerla entretenida”, dice Gabriela Giler, aunque Gary Vargas considera que “va el círculo del artista y sus conocidos, no es masivo. Es la misma gente, pero va”. En la compra, creen los lectores, no tiene relevancia, principalmente porque “¿quién tiene plata para comprar arte?”, pregunta Giler. Los consumos críticos, opina Vargas, se propician, a través de Google, aunque poco, ya que, culmina Giler: “por lo general veo el tuit o la página de Facebook”.

8.4 Perfil 3: Responsables editoriales de diario El Universo

Jerarquización de las informaciones culturales:

En El Universo, las informaciones culturales están subordinada a las políticas. Carlos Icaza señala que es así por las “situaciones políticas que todos conocemos”, refiriéndose a las dificultades que la institución afronta con el presidente actual, Rafael Correa. En este contexto, en el que los periodistas del diario se levantan todos los días “a defender el cuello” y las coberturas del poder son prioridad, “el tema cultural, que debería estar frenteando una buena parte de la información diaria, por todos los movimientos culturales que se dan en la ciudad, se reduce”, dice Icaza. Clara Medina, en cambio, señala que las informaciones culturales merecen relevancia dependiendo de

la actividad que genere. “Por ejemplo, si hoy anuncian que Miguel Donoso Pareja se gana el premio Cervantes eso va a ser portada de Vida y Estilo evidentemente, pero si el mismo premio se lo gana José Isaías, que no sabemos quién es, menos en España, esa noticia sí irá, pero no con el mismo peso, la consideración de espacio va a ser distinta”, explica Medina. Las informaciones culturales que sí se publican en El Universo tienen diferentes procedencias dependiendo del producto donde aparezcan: en el diario del día a día o en La Revista dominical. En el diario, cuya sección cultural edita Medina, las informaciones culturales aparecen “por actualidad y el posible interés que cause en los lectores”; en La Revista, la coyuntura tiene menos prioridad, Icaza indica que en su sección se publican “tendencias, estilos, en todos los temas, incluidos los culturales, como el teatro”. El público al que se dirige el diario es multitarget: “El Universo está hecho para un niño, pero también para un adulto y un anciano”, dice Medina. En La Revista ocurre algo similar, el público objetivo al que se dirige es diverso y poco perfilado. Medina señala esto como un inconveniente: “Los periódicos multitarget tienen ese inconveniente, porque si tienes una revista juvenil sabes a qué público te diriges y no te pierdes, algo infantil también, pero estos periódicos multitarget presentan este inconveniente, entonces las decisiones se toman a partir de qué podría ser lo más general, qué le podría gustar al público diverso”.

Tratamiento de las artes visuales contemporáneas:

Las artes visuales contemporáneas tienen espacio en el diario y en La Revista, aunque va “de acuerdo al hecho noticioso que genera”, explica Medina, quien asegura que si el diario quisiera publicar algo referente a artes visuales todos los días, se podría, pero no siempre resulta debido a que “no hay el espacio y luego no hay personal para dedicarlo todos los días a hacer una noticia de arte visual, porque dentro de los medios, ya sabemos, tenemos carencia de espacio y de personal, que es el mismo que realiza todas las notas”. Debido a las urgencias que tiene este rotativo, “la

persona que hace artes visuales en la mañana, en la tarde tiene que ir al teatro, después a un concierto y después a la presentación de un libro, y si falta algo tiene que ir a un canal de televisión a hacerle una nota a alguien que estrena una comedia o que presenta un noticiero". Y estas personas que divergen entre coberturas no están especializadas en ninguna de las ramas que cubren. "El periodista es un especialista en generalidades", considera Medina y añade: "En las universidades se da una formación bien general, los estudiantes no llegan con bases específicas sobre cuestiones artísticas". El problema se agrava porque "con el tiempo, la práctica y el gusto personal se va haciendo con conocimientos específicos, pero también pasa que en los periódicos los periodistas rotan, entonces difícilmente llegan a especializarse", explica Medina. Tampoco hay perfiles de críticos, ni crítica, dado que "No hay mucha gente a nivel crítico", considera Icaza, quien cree que los críticos que sí hay manejan un "lenguaje (que) no es para un producto multitarget sino para revistas especializadas" y además no pueden subordinar sus intereses particulares: "he discutido sobre imparcialidad de un crítico, que obedece también a sus intereses particulares, pero dentro de eso uno tiene que tener una posición de humildad sobre sus creencias", dice Icaza. Medina coincide: "sí hay críticos en la ciudad, sí hay curadores, pero esos curadores y críticos ejercen un trabajo, están vinculados a los artistas, a las instituciones que participan en las actividades culturales. Entonces, si yo le pido una crítica, no se va a notar una transparencia, por mucho ejercicio de transparencia que haga, es juez y parte". En la actualidad, con la ausencia de críticos, Medina dice que prefieren evitar asumir posturas porque "el periódico hace una labor de presentación y difusión, no asume una postura crítica y eso le falta". Para jerarquizar entre informaciones que merecen un espacio destacado y otras que no, Medina explica que "se toman en consideración varios factores, por ejemplo, por qué es importante una exposición y qué tiene de nuevo, qué temática presenta, quién es el artista que expone, qué currículum tiene. Esas cosas básicamente, la temática y el artista", mientras que Icaza habla de "cosas nuevas que están

saliendo y que tengan relevancia no solo en nuestro país, sino a nivel internacional”, además menciona su “olfato editorial”.

9. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Sin importar si se trata de un consumidor de periódicos o de Internet, lo común es que los entrevistados no saben con certeza qué son las artes visuales contemporáneas. A excepción de los consultados expertos, quienes además no forma sus criterios del quehacer mediático, los demás, incluso los mismos estudiantes de artes visuales, no tienen claro a qué llamar contemporáneo, por considerar esta palabra un “saco” donde se pueden entreverar expresiones provenientes no solo de la plástica, sino también de otras disciplinas: algunos lectores promedio consideran, por mencionar un ejemplo, que el cine y hasta el teatro son artes visuales contemporáneas. Esto habla de la inocuidad de los medios analizados para formar criterios acertados en sus receptores, sobre todo en el caso de los periódicos, que no hacen ninguna categorización conceptual sobre lo que publican.

Y sin entender bien de qué se habla cuando se refiere a lo contemporáneo, los lectores, tanto de Internet como de periódicos, mencionan a un mismo grupo de artistas cuando se les pregunta qué nombres conocen. Este grupo selecto incluye, además de creadores con trayectoria, citados sobre todo por la prensa, como Xavier Patiño, Saidel Brito, Marco Alvarado o Marcos Restrepo, a ganadores de salones o bienales, como Lenín Mera, y autores que han aparecido en los medios por polémicas: Ilich Castillo y Gabriela Chérrez, quienes generaron acaloradas discusiones en la esfera pública por la obra “Cómo se encienden los discursos, según Homs”, del primero, y la exposición “Me encanta, me encanta todo eso!!!”, de la segunda. Que solo sean mencionados estos nombres invita a pensar en que, después de los considerados artistas de trayectoria consolidada, los demás, como Castillo, Chérrez o Mera, solo aparecen en los medios analizados, o

cobran importancia, cuando son parte de la coyuntura, debido a que inauguran una muestra, o cuando forman parte del escándalo de la polémica.

Los espacios para las artes visuales en la ciudad, si bien no son conocidos entre todos, por lo menos aparecen en el imaginario de la mayoría. Los Museos MAAC y Municipal son los de mayor presencia pertenecientes al sector público, mientras que los esfuerzos privados de las galerías NoMínimo y DPM, en menor medida Espacio Vacío, también se manifiestan tanto en la prensa como en la Internet.

La calidad de las artes visuales contemporáneas de Guayaquil es mejor referenciada por la Internet. Los periódicos presentan sus artículos sin discriminación entre propuestas de tipo contemporáneo y propuestas anquilosadas por preceptos provenientes de exploraciones artísticas ya explotadas, que resultan anacrónicas en la actualidad. Y peor aún, lo presentan como todo bueno. Algunos lectores, incluso, sospechan de la camaradería entre los periodistas responsables y los artistas, porque para los primeros todo lo que hagan los segundos es bueno. En la web, aunque tampoco abundan los espacios dedicados a pensar en las artes visuales contemporáneas de la ciudad, se puede generar una mejor idea sobre la calidad de la producción local, debido a que este medio, por su naturaleza misma, permite a sus usuarios hacer una exploración personalizada. En otras palabras, los usuarios de Internet pueden navegar, contrastando lo que dicen unos sitios con otros y formándose una opinión después de varias búsquedas en Google.

Uno de los resultados más homogéneos es que todos los entrevistados están de acuerdo en que los medios estudiados no cuentan con personas con suficiente criterio para escribir sobre artes visuales contemporáneas. Esto se refleja en artículos referenciales que, en lugar de enfocarse en la obra y la propuesta artística, se basan en criterios anecdóticos sobre el pintor: desde cuándo pinta, dónde trabaja, qué lo inspira... Lo que los consumidores esperan de los artículos es conocer

sobre la propuesta, para lo cual el sustento teórico de las obras podría ser de mucha ayuda para quienes escriben. Asimismo, sería de utilidad comprender que las exposiciones tienen voz propia, no son cuadros juntados uno tras otro, sino piezas que juntas consolidan un discurso intencional. Teniendo esto en cuenta se evitarían crónicas que, en lugar de hablar desde el concepto, se dedican a describir colores y formas.

Las imágenes mentales que se construyen los receptores, tanto de Internet como del periódico, encasillan a los artistas visuales contemporáneos como creadores jóvenes. Esto puede deberse a la asociación del término “contemporáneo” con la actualidad, pero también a que, como coincidieron algunos entrevistados, los artistas visuales contemporáneos de Guayaquil suelen ser estudiantes del ITAE y al ser estudiantes, se entiende, que son jóvenes. El calificativo de “contestatarios” también surgió entre las entrevistas, debido a que aún se conservan los recuerdos de las “protestas callejeras” de estos alumnos ocurridas hace dos años aproximadamente, cuando exigían –usando el arte como elemento de protesta- en las afueras del Banco Central que se acreditaran los fondos correspondientes a su instituto.

La ausencia de la crítica especializada es otro de los puntos con un alto nivel de concordancia entre las respuestas de los entrevistados. En el segmento de los lectores de periódicos el criterio común es que dicha crítica no existe. Salvo menciones de algunos que dicen haber escuchado que especialistas como Rodolfo Kronfle o, mucho antes, Juan Castro y Velásquez han tenido algún espacio, nadie es capaz de citar a un crítico que tenga su columna periódica en las páginas de ningún rotativo. Y es que, en verdad, no los hay.

Entre los consumidores de Internet, en cambio, se da un fenómeno particular: los que sí tienen una relación con la esfera de las artes visuales (los expertos y los estudiantes) mencionan a la web de Rodolfo Kronfle, Río Revuelto, como el único espacio de crítica seria enfocada a Guayaquil. Sin

embargo, esta web es relativamente desconocida para los lectores promedio, quienes aseguran que ni siquiera en un universo tan amplio como el de la Internet se hace crítica especializada sobre las artes contemporáneas. O sea, la crítica no cruza las fronteras de quienes saben dónde encontrarla.

Tener a Río Revuelto como el único espacio de crítica resulta peligroso para la construcción simbólica de las artes visuales contemporáneas, debido a que siendo Kronfle el propietario del blog, lo que ahí se discute pasa por el filtro de lo que a él le parece interesante. Y es lógico que sea así, porque tiene derecho a escribir sobre lo que quiera en una plataforma que le pertenece, pero esta uniformidad de la opinión genera, sobre todo entre los estudiantes, una visión hegemónica de lo que es y lo que no es el arte visual contemporáneo. De las expresiones que merecen ser discutidas y las que no. De lo que es bueno y lo que no. El criterio de Kronfle, al ser considerado el único, se impone como totalizador.

Al no existir crítica en la prensa, los artículos periodísticos informativos quedan como encargados de transmitir el valor propositivo de las obras. Sin embargo, consideran los lectores, de lo que menos se habla en el periódico es de lo que propone una obra: las notas se centran en otros aspectos, en su mayoría, relacionados al artista. Igualmente ocurre con el valor cultural. Todos los entrevistados, incluidos los lectores inexpertos en la materia, consideran que las artes visuales contemporáneas aportan a la construcción cultural de Guayaquil, aunque sin saber bien cómo. En esta área, uno de los entrevistados mencionó una situación que se da en el cine, donde muchas personas dicen que van a ver una película porque es ecuatoriana y 'hay que apoyar lo nuestro'. Esto no se repite en las artes, sea ecuatoriano o no, el arte convoca poco.

Este último criterio se conecta a la categoría analítica final del estudio, que tiene que ver con las diferentes motivaciones creadas por los periódicos y la Internet. El periódico, según opinan los

lectores, tiene una gran influencia en el nivel de asistencia de las exposiciones, pero sobre todo cuando hacen artículos que van más allá de las notas de agenda. En otras palabras: un corto no convoca, una página entera, con análisis y no solo información básica, funciona mejor. El periódico no motiva a comprar obras y muy poco a realizar otros consumos, pero si se dan la fuente de consulta por excelencia es el buscador de Google.

La Internet es el medio preferido por artistas y galeristas para dar a conocer sus eventos, debido a que es gratis y de fácil acceso. Sin embargo, en este caso, la motivación de asistencia se ve limitada por los 'Amigos' de Facebook y los 'Seguidores' de Twitter. Estas dos redes sociales, las más empleadas en conceptos de divulgación, solo transmiten las informaciones al mismo círculo de interesados, quienes, en el mejor de los casos, las transmiten a sus conocidos. Pero, nuevamente, el público que no guarda alguna relación con la esfera de las artes, se entera poco o nada. En consecuencia, la asistencia motivada por la Internet suele ser la de la misma red de conocidos, amigos o seguidores.

La visión generalizada de la compra entre los lectores promedio, tanto de Internet como de periódicos, es que no se puede hacer porque el arte contemporáneo es caro, al nivel de inalcanzable para un bolsillo cualquiera. Esto podría deberse a que de ninguna manera se habla de los costes de una pieza entre quienes no estén interesados, por lo menos en saber cómo, adquirirla.

Los resultados de la investigación muestran un panorama que necesita mejorar, porque los dos medios estudiados, la Internet y los periódicos, tienen falencias en sus abordajes sobre el arte visual contemporáneo. Los periódicos principalmente porque, pese a ser masivos, no muestran el criterio suficiente para realizar un aporte a la discusión conceptual de las artes visuales y la

Internet porque, aunque posee contenidos más especializados, su alcance se reduce a quienes saben dónde buscar, a los usuarios que guardan alguna relación directa con la esfera artística.

Y dentro del medio de mayor influencia en la ciudad, diario El Universo, las informaciones culturales se ven subordinadas a las políticas, en gran medida por las situaciones particulares que ha tenido que enfrentar este medio durante el gobierno de Rafael Correa. Los temas culturales que sí aparecen deben su espacio, aunque de menor importancia en la agenda que la 'actualidad', a la coyuntura: los eventos reciben atención, las exposiciones, los salones, las bienales, pero porque generan noticia al aparecer. Luego pueden ser olvidadas por el diario. La Revista es un producto editorial que no se debe tanto a la coyuntura como el matutino, en sus páginas, los temas culturales que aparecen siguen 'tendencias' que son determinadas por la percepción de sus responsables, por su 'olfato editorial', un criterio subjetivo que responde, por supuesto, a las propias sensibilidades e intereses del editor de turno. Ambos productos, La Revista y el diario, adolecen del enfoque de su grupo objetivo: al decirse multitarget no tienen bien claro cuál es el público al que apuntan sus notas, en consecuencia, el nivel se reduce a lo general: las publicaciones, incluso cuando requieren un nivel de análisis profundo, se disminuyen a lo que cualquiera pueda entender, lo que provoca que se pierda muchas veces la riqueza conceptual de, por ejemplo, una propuesta artística.

El tratamiento de las artes visuales que hace El Universo, al igual que La Revista, la mayor parte del tiempo disminuye las expresiones artísticas y no solo por la intención explícita de ponerlo todo al alcance de cualquier lector, sino también por un desconocimiento teórico por parte de los periodistas que hacen las coberturas. Las universidades no forman periodistas especialistas en áreas específicas, como artes visuales, esos conocimientos a nivel local se adquieren en el ruedo y se perfeccionan con los años. No obstante, dos problemas principales influyen en que no se

formen especialidades dentro de la redacción de este medio: primero, el alto nivel de rotación de los reporteros, que en vez de acostumbrarse a unas fuentes y aprender a comprender ciertos códigos de su quehacer, se resignan a rotar de sección en sección cuando sus jefes lo disponen; segundo, el escaso personal dentro de las redacciones, que obligan a que el periodista que en la mañana cubre la inauguración de una muestra, en la tarde deba ir al teatro para luego desplazarse a entrevistar a un presentador nuevo de televisión. Si la dirección permitiera que un grupo de periodistas se especialice en un área determinada, aunque no se formen académicamente en artes, la experiencia les permitiría desarrollar pericia, aún mayor si a cada reportero se le permitiere especializarse en una fuente en concreto. Así, el periodista de artes visuales, sería un experto en el tema, porque dedicaría todo su tiempo a ello.

La ausencia de crítica de artes visuales en el llamado ‘mayor diario nacional’ se debe a que los responsables de las áreas culturales consideran que hay un reducido número de personas en la ciudad con los conocimientos para ejercerla, y quienes pueden hacerlo, por lo reducido de la escena, guardan vínculos con artistas, instituciones y otros involucrados en el sistema de las artes. En consecuencia, asumen en El Universo, no pueden ser transparentes en el manejo de sus prioridades. Es decir, actúan como juez y parte. Con los recursos que tienen, de periodistas no especializados, prefieren no adoptar posturas críticas, sino solamente informativas. La jerarquización del espacio, sin embargo, sí depende de un nivel de subjetividad, guiado, de nuevo, por el ‘olfato editorial’ de los responsables que, pensando en el nivel de interés que una información pueda suscitar entre lectores indefinidos, asignan páginas enteras o pequeños cortos a los eventos que marcan el pulso de las artes visuales contemporáneas en Guayaquil.

10. CONCLUSIONES

- La definición de artes visuales contemporáneas es confusa para los consumidores de periódicos y de internet, salvo que sean expertos en el tema, incluso los estudiantes tienen problemas para conceptualizar lo contemporáneo.
- Los artistas contemporáneos más reconocidos son los que una tienen trayectoria avalada, como Xavier Patiño, Saidel Brito, Marco Alvarado o Marcos Restrepo. Si no son ellos, son recordados los que han ganado premios, como Lenin Mera, o a los que han generado polémica con sus propuestas, como Ilich Castillo y Gabriela Chérrez.
- Los periódicos presentan sus artículos sobre artes visuales contemporáneas sin discriminación entre propuestas de tipo contemporáneo y propuestas de preceptos provenientes de exploraciones artísticas ya explotadas.
- La calidad de las artes visuales contemporáneas de Guayaquil es mejor referenciada por la Internet, debido a que este medio permite a sus usuarios hacer una exploración personalizada: los usuarios de Internet pueden navegar, contrastando lo que dicen unos sitios con otros y formándose una opinión después de varias búsquedas en Google.
- Los periódicos, en un intento por limitarse a lo noticioso, presentan todas las propuestas de artes visuales contemporáneas como buenas, sin asumir ninguna postura crítica.
- Los periódicos no hacen crítica de artes visuales contemporáneas. Los responsables de El Universo dicen que esto se da por la escasez de personas capaces de ejercer la crítica y porque los que sí pueden hacerlo guardan relaciones estrechas con los artistas o instituciones, lo que les impide ser objetivos en sus comentarios, además de tener un lenguaje complejo y no adecuado para productos multitarget.
- En Internet sí se puede encontrar crítica especializada de artes visuales contemporáneas, aunque el único sitio reconocido es Río Revuelto, una bitácora mencionada solo por los

lectores que conocen la escena. Para los lectores no involucrados en el medio, no la conocen. La crítica en la web no cruza las fronteras de quienes saben dónde encontrarla.

- El hecho de que Río Revuelto sea el único espacio para encontrar crítica especializada sobre artes visuales contemporáneas en Guayaquil involucra un riesgo: esta uniformidad de la opinión genera una visión hegemónica. El criterio de Kronfle, al ser considerado el único, se impone como totalizador.
- Por desconocimiento de los periodistas se generan notas que en lugar de enfocarse en la obra y la propuesta artística, se basan en criterios anecdóticos sobre el pintor como desde cuándo pinta, dónde trabaja, qué lo inspira... Mientras lo que los consumidores esperan de los artículos es conocer sobre la propuesta, para lo cual el sustento teórico de las obras podría ser de mucha ayuda para quienes escriben.
- La imagen que tienen los entrevistados sobre cómo son los artistas contemporáneos se relaciona mucho con la juventud. Esto puede deberse a la asociación del término “contemporáneo” con la actualidad, pero también a que los artistas visuales contemporáneos de Guayaquil suelen ser estudiantes del ITAE y al ser estudiantes, se entiende, que son jóvenes.
- El periódico tiene una gran influencia en el nivel de asistencia de las exposiciones, pero sobre todo cuando hacen artículos que van más allá de las notas de agenda: un corto no convoca, una página entera, con análisis y no solo información básica, funciona mejor.
- El periódico no motiva a comprar obras y muy poco a realizar otros consumos relacionados a las artes visuales contemporáneas, pero si se dan, la fuente de consulta por excelencia es el buscador de Google.
- La Internet es el medio preferido por artistas y galeristas para dar a conocer sus eventos, debido a que es gratis y de fácil acceso. Sin embargo, la asistencia se ve limitada por los

‘Amigos’ de Facebook y los ‘Seguidores’ de Twitter. Estas redes solo transmiten las informaciones al mismo círculo de interesados, quienes las transmiten a sus conocidos. En consecuencia, el público que no guarda alguna relación con la esfera de las artes, se entera poco o nada.

- La opinión generalizada es que las obras de arte son excesivamente costosas, imposibles de comprar para un bolsillo cualquiera.
- Los responsables de El Universo aceptan la subordinación de las informaciones culturales antes las políticas en su periódico. Esto se da, dicen ellos, por las situaciones particulares que ha tenido que enfrentar este medio durante las coyunturas contra el Gobierno, lo que obliga a que las coberturas de actualidad reciban más atención que las de artes.
- Los temas culturales que sí aparecen deben su espacio a la coyuntura: los eventos reciben atención, las exposiciones, los salones, las bienales, pero porque generan noticia.
- El Universo, al considerarse un producto multitarget, no tienen bien claro cuál es el público al que apuntan sus notas, en consecuencia, el nivel de las mismas se reduce a lo general: las publicaciones se disminuyen a lo que cualquiera pueda entender, lo que provoca que se pierda muchas veces la riqueza conceptual de una propuesta artística.
- El nivel de rotación entre secciones de un periodista de El Universo le impide que pueda especializarse en temas de artes, debido a que su formación universitaria no se enfoca en esto y cuando empieza a aprender por experiencia puede ser movido a otra sección.
- La jerarquización del espacio en las informaciones sobre artes visuales contemporáneas en El Universo depende de un nivel de subjetividad, guiado por el ‘olfato editorial’ de los responsables que, pensando en el nivel de interés que una información pueda suscitar entre lectores indefinidos, asignan páginas enteras o pequeños a eventos determinados.

11. BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, L. (2009). *Río Revuelto*. Recuperado el Julio de 2012, de <http://www.riorevuelto.net/2012/04/historias-presentacion-universidad-casa.html>
- Álvarez, L. (2004). *Umbrales del arte en el Ecuador*. Guayaquil: Banco Central del Ecuador.
- Alvícár, A. C. (2011). *Lecturas de la violencia sexual construidas a partir de las noticias de prensa (estudio de recepción)*. Guayaquil.
- Abrić, J. C. (2001). *Prácticas sociales y representaciones*. México: Filosofía y cultura contemporánea.
- Aguirre, S. y. (2010). *Representaciones discursivas de violencia sexual existentes en los encuadres y relatos de las noticias publicadas durante el 2009 en los diarios El Universo y Extra*. Guayaquil.
- Armañanzas, E. (1993). *El color de dinero: el boom de las subastas de arte, acontecimiento cultural en presa*. Bilbao, España: Bilbao : Sala de Exposiciones Rekalde.
- Acosta, J. (agosto de 2010). *A propósito de los medios de comunicación*. Retrieved 30 de diciembre de 2012 from AlMinuto: <http://www.alminuto.com.bo/content/propósito-de-los-medios-de-comunicación>
- Ampuero, M. (2002). La artefactoría. *Galería Madelaine Hollander 25 años* , 63-71.
- Azúa, F. d. (2003). ¿Qué es arte contemporáneo? *Letras Libres* , 2-3.
- Barbero, J. M. (1987). *De los medios a las mediaciones*. México, México: Ediciones G. Gili.
- Brito, S., & Brito, Z. (2012). *El panorama de las artes visuales contemporáneas en el Guayaquil del siglo XXI*. Guayaquil: Proyecto de Tesis UCG.

Brito, Z. (2003). *Recepción de la obra plástica contemporánea: Una mirada desde la psicología*. La Habana, Cuba.

Cauquelin, A. (2002). *El Arte Contemporáneo*. México DF: Presses Universitaires de France.

CIESPAL. (2010). *El periodismo cultural en los media ecuatorianos*. Quito: Ciespal.

Costas, M. (2008). *Trabajo social con grupos de intervención transformadora*. Universidad Nacional de Tucumán.

Danto, A. (1997). *Después del fin del arte*.

Danto, A. (1964). El mundo del arte. *Journal of philosophy* .

Ginés, J. (1999). Indicadores y decisiones en las universidades. *Seminario Indicadores en la universidad: información y decisiones*. León.

Jordán, R., & Panchana, A. (2010). Recuperado el 7 de 2012, de <http://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>

Kronfle, R. (2009). *Historia(s) en el arte contemporáneo del Ecuador*. Guayaquil: Río Revuelto Ediciones.

Mendoza, R. (2006). *Investigación cualitativa y cuantitativa. Diferencias y limitaciones*.

Orozco, G. (1993). *Dialéctica de la mediación televisiva*.

Ortiz, Q. (1997). De los medios a las mediaciones o las preguntas por el sentido. *Íconos* .

Pérez Mac Collum, D. (julio de 2012). Propietario de la galería de arte contemporáneo DPM.

Pontificia Universidad Javeriana de Cali. (2006). *Investigación de la Comunicación de Masas*. Cali, Colombia.

RAE. (s.f.). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 21 de agosto de 2012, de www.rae.es

Romeo, A., & Domenech, L. (2005). *Materiales de Lengua*. Recuperado el 7 de 2012, de http://www.materialesdelengua.org/experiencias/prensa/f_entrevista_web.pdf

Talese, G. (04 de 06 de 2011). *Milenio*. Recuperado el 17 de 07 de 2012, de <http://www.milenio.com/cdb/doc/impreso/8969957>

Yve-Alain Bois, B. H. (2006). *Arte desde 1900*. Ediciones Akal.

Alcázar, M. P. (2006). *La investigación de la comunicación en América Latina: Evaluación del Estado de la Cuestión*. Maracaibo, Venezuela: Universidad del Zulia.

Fajardo-Gonzalez, R. (s.f.). *La investigación en el campo de las Artes Visuales y el ámbito académico universitario. (Hacia una perspectiva semiótica)*. Recuperado el 23 de septiembre de 2012, de Universidad de Navarra: www.unav.es/gep/InvestigacionArtesFajardo.pdf

Farr, R. (1983). Escuelas europeas de Psicología social: la investigación de representaciones sociales en Francia. *Revista Mexicana de Sociología* .

Galí, M. (1988). *El arte en la era de los medios de comunicación*. Fundesco.

Instituto de Historia del Arte argentino y americano. (s.f.). *Investigación- Instituto de Historia del Arte argentino y americano*. Recuperado el 23 de septiembre de 2012, de Instituto de Historia del Arte argentino y americano: http://fba.unlp.edu.ar/institutohistoria/?page_id=36

Instituto de Investigaciones Estéticas. (s.f.). *Publicaciones - Instituto de Investigaciones Estéticas*.

Recuperado el 23 de septiembre de 2012, de Instituto de Investigaciones Estéticas:

<http://www.esteticas.unam.mx/publicaciones.html>

Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital* .

Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Heumul.

Nuño, J. (n.d.). *El fin del arte según Arthur C. Danto*. Retrieved 28 de 12 de 2012 from

<http://www.circulohermeneutico.com/NuevosHermeneutas/Colaboraciones/Danto.pdf>

Cauquelin, A. (2002). *El Arte Contemporáneo*. México DF: Presses Universitaires de France.

Acosta, J. (agosto de 2010). *A propósito de los medios de comunicación*. Retrieved 30 de diciembre de 2012 from AlMinuto: <http://www.alminuto.com.bo/content/propósito-de-los-medios-de-comunicación>

Ampuero, M. (2002). La artefactoría. *Galería Madelaine Hollander 25 años* , 63-71.

Azúa, F. d. (2003). ¿Qué es arte contemporáneo? *Letras Libres* , 2-3.

Barbero, J. M. (1987). *De los medios a las mediaciones*. México, México: Ediciones G. Gili.

Danto, A. (1997). *Después del fin del arte*.

Farr, R. (1983). Escuelas europeas de Psicología social: la investigación de representaciones sociales en Francia. *Revista Mexicana de Sociología* .

Galí, M. (1988). *El arte en la era de los medios de comunicación*. Fundesco.

García, M. (2004). *Catálogo Umbrales. Una mirada a los procesos de nuestra modernidad estética* .

Kronfle, R. (2009). *Historia(s) en el arte contemporáneo del Ecuador*. Guayaquil : Río Revuelto Ediciones.

Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital* .

Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Heumul.

Nuño, J. (n.d.). *El fin del arte según Arthur C. Danto*. Retrieved 28 de 12 de 2012 from <http://www.circulohermeneutico.com/NuevosHermeneutas/Colaboraciones/Danto.pdf>

Orozco, G. (1997). Medios, audiencias y mediaciones. *Comunicar*, 8, 25.

Ortiz, Q. (1997). De los medios a las mediaciones o las preguntas por el sentido. *Íconos* .

Pineda, M. (2000). Los paradigmas de la comunicación: nuevos enfoques teórico-metodológicos. *Revista Diálogos* , 270.

Sánchez, E. (2002). La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social. Notas para una agenda. *Revista Diálogos* , 26.

Torrice, E. (1997). *La tesis en comunicación. Elementos para elaborarla*. La Paz: Artes Gráficas.

Ciespal. (2009). *Percepción sobre los medios públicos en Ecuador*. Recuperado el 2012, de

<http://www.flacsoandes.org/>:

http://www.flacsoandes.org/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_300.pdf

Unesco. (2011). *Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador*. Recuperado el 2012, de

[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/IPDC/ecuador_mdi_report_sp
an.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/IPDC/ecuador_mdi_report_sp_an.pdf)