



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

Representación de los Gestores Culturales en el discurso de los medios
impresos de Riobamba. Año 2020.

Trabajo de titulación para optar al título de Licenciado en Comunicación

Autor:

Emilia Francisca Romo Romero

Tutor:

MsC. Ramiro Ruales Parreño

Riobamba, Ecuador. 2022

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Emilia Francisca Romo Romero declaro que soy absolutamente responsable de la realización del presente proyecto de investigación titulado: " Representación de los Gestores Culturales en el discurso de los medios impresos de Riobamba. Año 2020.". Además, determino que los textos recolectados de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

De esta manera, autorizo a la Universidad Nacional de Chimborazo hacer uso de los contenidos para fines académicos.

Riobamba,

Atentamente,



Emilia Francisca Romo Romero

0604423608

INFORME DEL TUTOR

Yo, Ramiro Ruales, en mi calidad de tutor del Proyecto de Investigación titulado: **“Representación de los Gestores Culturales en el discurso de los medios impresos de Riobamba. Año 2020.”**, luego de haber revisado el desarrollo de la investigación elaborada por la señorita Emilia Francisca Romo Romero, tengo a bien informar que el trabajo cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido en la defensa pública y evaluado por el tribunal designado.

Riobamba, marzo 2022

Atentamente,



Msc. Ramiro Ruales

TUTOR

DICTAMEN DE CONFORMIDAD

DICTAMEN DE CONFORMIDAD DEL PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN

Facultad: Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas

Carrera: Carrera de Comunicación (R)

1. DATOS INFORMATIVOS DOCENTE TUTOR Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Tutor: MSc. Ramiro Geovanny Ruales Parreño **Cédula:** 0602033003
Miembro tribunal: MSc. Alejandra María Carpio Herrera **Cédula:** 0603114927
Miembro tribunal: MSc. Raúl Edison Lomas Badillo **Cédula:** 0601785843

2. DATOS INFORMATIVOS DEL

ESTUDIANTEApellidos: Romo

Romero

Nombres: Emilia Francisca

C.I / Pasaporte: 0604423608

Título del Proyecto de Investigación: “Representación de los Gestores Culturales en el discurso de los medios impresos de Riobamba. Año 2020”

Dominio Científico: DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y EDUCATIVO
PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD
DEMOCRÁTICA Y CIUDADANA.

Línea de Investigación: Comunicación y Cultura

3. CONFORMIDAD PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN

Aspectos	Conformidad Si/No	Observaciones
Título	Sí	
Resumen	Sí	
Introducción	Sí	
Objetivos: general y específicos	Sí	
Estado del arte relacionado a la temática de investigación	Sí	
Metodología	Sí	

Resultados y discusión	Sí	
Conclusiones y recomendaciones	Sí	
Referencias bibliográficas	Sí	
Apéndice y anexos	Sí	

Fundamentado en las observaciones realizadas y el contenido presentado, **SI (x)** / NO() es favorable el dictamen del Proyecto escrito de Investigación, obteniendo una calificación de 10 sobre 10 puntos.


Mgs. Ramiro Ruales Parreño
TUTOR


MSc. Alejandra Carpió Herrera
MIEMBRO DEL TRIBUNAL


MSc. Raúl Lomas Badillo
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO

CERTIFICACIÓN

Que, **ROMO ROMERO EMILIA FRANCISCA** con CC: 0604423608 estudiante de la Carrera de **COMUNICACIÓN** Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "REPRESENTACIÓN DE LOS GESTORES CULTURALES EN EL DISCURSO DE LOS MEDIOS IMPRESOS DE RIOBAMBA. AÑO 2020", que corresponde al dominio científico **DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y EDUCATIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD DEMOCRÁTICA Y CIUDADANA** y alineado a la línea de investigación **COMUNICACIÓN Y CULTURA**, cumple con el 1%, reportado en el sistema Antiplagio, Urkund, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 17 de mayo de 2022



Firmado electrónicamente por:
**RAMIRO GEOVANNY
RUALES PARREÑO**

Mgs. Ramiro Ruales Parreño

DOCENTE UNACH

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mi familia con todo mi amor incondicional, pues ellos han sido mi guía, motivación y fortaleza para caminar con compromiso hacia el cumplimiento de todas mis metas.

A Gisselly; por su increíble trabajo como madre, que con su ejemplo y amor me inculcó la responsabilidad, una de las cualidades más grandes que me ha ayudado a destacarme en mis estudios. A Edgar; mi padre, por ser un ser humano bondadoso y mostrarme siempre que se puede ser una buena persona y ayudar a los demás sobre todas las circunstancias. A Mikaela; mi hermana y mejor amiga, por ser luz y felicidad en mi vida que con su paciencia me ha escuchado en todo momento, lo que me ha motivado a tomar mejores decisiones.

A mis abuelitos y abuelitas, en especial a mi abuelita Carmita; mi segunda mamá que hoy me mira desde un lugar mejor, por darme los mejores años de mi vida, y mostrarme que el amor se puede ver de muchas maneras.

Por último, a mi amigo perruno, Carmelo; por su amor desinteresado y compañía en mis tardes y noches de estudio.

Emilia Romo

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a todas las personas que han sido parte de este valioso proyecto y que con sus aportes me han ayudado a culminarlo.

A la Universidad Nacional de Chimborazo por abrirme sus puertas y permitirme ser una gran profesional. Así mismo, a la carrera de Comunicación Social a sus autoridades y docentes por ser la guía en este proceso de constante aprendizaje, en especial al máster Ramiro Ruales que, con su paciencia, compromiso, y motivación, contribuyó a finalizar este trabajo.

De la misma manera quiero agradecer al Registro de Actores y Gestores Culturales (RUAC) por proporcionarme información importante para llevar a cabo esta investigación.

A mi familia y amigos/as que han estado pendientes en todo momento durante la realización de este proyecto, mil gracias.

Emilia Romo

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	
DERECHOS DE AUTOR	
INFORME DEL TUTOR	
DICTAMEN DE CONFORMIDAD	
CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE GRÁFICOS	
RESUMEN	
ABSTRACT	
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO I	18
1. MARCO REFERENCIAL	18
1.1 Planteamiento del problema	18
1.2. Objetivos	20
1.2.1 General:	20
1.2.2. Específicos:	20
CAPÍTULO II	21
2. MARCO TEÓRICO	21
2.1. Estado del arte	21
2.2. Fundamentación teórica	22
2.2.1. Aportes teóricos de la comunicación	22
2.2.2. Teoría crítica	23
2.2.3. Comunicación y cultura	24
2.2.4. Gestores culturales	25
2.2.4.1 Gestores culturales en Riobamba	25
2.2.4.1.1. Casa de la Cultura "Benjamín Carrión" Núcleo de Chimborazo (CCE)	25
2.2.4.2. Registro de Actores y Gestores Culturales (RUAC)	26
2.2.5. Periodismo	26
2.2.6. Géneros Periodísticos	27
2.2.7. Medios impresos	28
2.2.7.1. Medios impresos de Riobamba	28
2.2.7.1.1. Diario La Prensa	28

2.2.7.1.2. Diario Los Andes	28
2.2.8. Discurso	29
2.2.9. Análisis de contenido	29
2.3. Variables	31
2.3.1. Variable independiente: Representación de los Gestores Culturales.	31
2.3.2. Variable dependiente: Discurso de los medios impresos de Riobamba.	31
2.3.3. Operacionalización de variables	32
CAPÍTULO III	35
3. METODOLOGÍA	35
3.1. Método de investigación	35
3.1.1. Método científico	35
3.1.2. Método teórico	35
3.1.3. Método descriptivo	35
3.2. Tipo de investigación	35
3.2.1. Descriptiva	35
3.2.2. Bibliográfica	36
3.2.3. Cual- cuantitativa	36
3.3. Diseño de investigación	36
3.4. Población y muestra	36
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	36
3.5.1. Técnicas	36
3.5.1.1. Análisis de contenidos.	36
3.5.1.2. Revisión bibliográfica.	37
3.5.1.3. Entrevista.	37
3.5.2 Instrumentos	38
3.5.2.1. Matriz de análisis de contenido.	38
3.5.2.2. Matriz de entrevista semiestructurada.	38
3.5.2.3. Matriz de rasgos de representación.	41
CAPÍTULO IV	42
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	42
4.1 Resultados	42
4.1.1. Resultado de análisis de contenido	43
4.1.1.1. Géneros periodísticos	43
4.1.1.2 Temas tratados	46
4.1.1.3 Intencionalidad	49
4.1.2. Resultado de entrevistas semiestructuradas	51
4.1.3. Resultado de rasgos de representación	54
4.2. Discusión de resultados	60
4.2.1. Revisión bibliográfica	60

4.2.2. Análisis de contenido	60
4.2.3. Entrevistas	61
4.2.4. Rasgos de representación	61
CONCLUSIONES	63
RECOMENDACIONES	64
PROPUESTA	65
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
ANEXOS	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.Operacionalización de variables independiente y dependiente. _____	32
Tabla 2. Matriz de análisis de contenido para las publicaciones en los medios impresos de los diarios La Prensa y Los Andes. _____	38
Tabla 3.Matriz de entrevista semiestructurada para el gestor cultural. _____	38
Tabla 4.Matriz de entrevista semiestructurada para el experto en comunicación y cultura. _____	39
Tabla 5.Matriz de entrevista semiestructurada para un comunicador o periodista que trabaja en los medios impresos. _____	40
Tabla 6.Matriz de rasgos de representación de los gestores culturales. _____	41
Tabla 7.Total de publicaciones Diario La Prensa. _____	42
Tabla 8.Total de publicaciones diario Los Andes. _____	43
Tabla 9.Géneros periodísticos encontrados en las publicaciones del diario La Prensa sobre gestores culturales. _____	43
Tabla 10.Géneros periodísticos encontrados en las publicaciones del diario Los Andes sobre gestores culturales. _____	44
Tabla 11.Temas tratados en las publicaciones del diario La Prensa sobre gestores culturales. _____	46
Tabla 12.Temas tratados en las publicaciones del diario Los Andes sobre gestores culturales. _____	47
Tabla 13.Intencionalidad de las publicaciones del diario La Prensa sobre gestores culturales. _____	49
Tabla 14.Intencionalidad de las publicaciones del diario Los Andes sobre gestores culturales. _____	50
Tabla 15.Criterios de los expertos sobre los temas tratados en las entrevistas semiestructuradas. _____	51
Tabla 16.Número de gestores culturales, ámbito y procedencia de las publicaciones del diario La Prensa sobre gestores culturales. _____	54
Tabla 17.Número de gestores culturales, ámbito y procedencia de las publicaciones del diario Los Andes sobre gestores culturales. _____	57

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Géneros periodísticos encontrados en las publicaciones del diario La Prensa sobre gestores culturales. _____	44
Gráfico 2. Géneros periodísticos encontrados en las publicaciones del diario Los Andes sobre gestores culturales. _____	45
Gráfico 3. Temas tratados en las publicaciones del diario La Prensa sobre gestores culturales. _____	46
Gráfico 4. Temas tratados en las publicaciones del diario Los Andes sobre gestores culturales. _____	48
Gráfico 5. Intencionalidad de las publicaciones del diario La Prensa sobre gestores culturales. _____	49
Gráfico 6. Intencionalidad de las publicaciones del diario Los Andes sobre gestores culturales. _____	50
Gráfico 7. Ámbito de los gestores culturales en las publicaciones del diario La Prensa. _	55
Gráfico 8. Procedencia los gestores culturales en las publicaciones del diario La Prensa. _	56
Gráfico 9. Ámbito de los gestores culturales en las publicaciones del diario Los Andes. _	57
Gráfico 10. Procedencia los gestores culturales en las publicaciones del diario Los Andes. _____	58

RESUMEN

La presente investigación indaga la representación de los gestores culturales en el discurso de los medios impresos de Riobamba en el año 2020, para lo cual, de un total de 835 publicaciones de cultura se han tomado 457 referentes a gestores culturales de los diarios *La Prensa* y *Los Andes* para su análisis.

Se definió como objetivo general analizar la representación de los Gestores Culturales en el discurso de los medios impresos de Riobamba. Año 2020.

La metodología empleada fue de tipo cuali-cuantitativa; las técnicas utilizadas fueron la revisión bibliográfica, el análisis de contenido en la que se empleó como instrumento una matriz de análisis en las que se estudió los géneros periodísticos, temas tratados e intencionalidad, con referencia a las entrevistas, se aplicó como instrumento una matriz de entrevista semiestructurada con aportes de un gestor cultural, un comunicador cultural y un investigador en este mismo ámbito, otro de los instrumentos utilizados fue la matriz de rasgos de representación para identificar el ámbito y la procedencia de los gestores culturales.

Como resultados se obtuvieron los siguientes, que sí existe una cobertura de los gestores culturales en los medios, pero que la información es deficiente debido a que no se profundiza los temas tratados, esto debido a que no existe periodistas especializados en la cobertura de estos temas, sino, que estos se encargan de hacer todo tipo de coberturas. De la misma forma, en los dos diarios se evidenció que hay decadencia de publicaciones en abril, mayo y junio, a causa del confinamiento en el 2020 durante la pandemia, en donde, no se pudieron acceder a actividades culturales por la carencia de eventos sociales.

PALABRAS CLAVE: comunicación, medios impresos, cultura, gestores culturales, pandemia, análisis de contenido.

ABSTRACT

This research investigates the representation of cultural managers in the discourse of Riobamba print media in the year 2020, for which, of a total of 835 culture publications, 457 refer to cultural managers of the newspapers La Prensa and The Andes for their analysis. The general objective was defined as analyzing the representation of Cultural Managers in the discourse of the printed media in Riobamba, in the year 2020. The methodology used was qualitative-quantitative; the techniques used were the bibliographic review, the content analysis in which an analysis matrix was used as an instrument in which the journalistic genres, topics covered and intentionality were studied, concerning the interviews, a matrix of semi-structured interview with contributions from a cultural manager, a cultural communicator and a researcher in this same field, another of the instruments used was the matrix of representation traits to identify the field and origin of the cultural managers. The following results were obtained, there is coverage of cultural managers in the media, but the information is deficient because the topics discussed are not deepened, this is because there are no specialized journalists in the coverage of these topics, but these are responsible for making all kinds of coverage. In the same way, in the two newspapers it was evidenced that there is a decline in publications in April, May, and June, due to the confinement in 2020 during the pandemic, where cultural activities could not be accessed due to the lack of social events.

Keywords: communication, print media, culture, cultural managers, pandemic, content analysis.



Firmado electrónicamente por:

**NELLY ESTELA
MOREANO
OJEDA**

Reviewed by:

Dra. Nelly Moreano
**ENGLISH
PROFESSOR C.C.**
1801807288

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación analizará el discurso que se emplea en el diario *La Prensa y Los Andes* como medios impresos de Riobamba para conocer cómo se trata la información en las publicaciones acerca de los gestores culturales.

Resulta pertinente porque a través de la recolección de información, se analizará la importancia de la representación de los gestores culturales como personas con conocimiento especializado capaces de conectar a la cultura con la sociedad, a través de sus prácticas artísticas. Así mismo, para identificar el discurso que manejan los medios como factor importante para la construcción del imaginario social y evidenciar el alcance que se da a los temas referentes a los gestores culturales.

Bajo esta consideración, los gestores culturales son "personas que se han dedicado a organizar socialmente la cultura, a realizar actividades culturales" (Marín, 2021, pág. 80). Por otro lado, la definición de discurso está asociada como una "estructura cognitiva, (...) no sólo elementos observables verbales y no verbales, o interacciones sociales y actos de habla, sino también representaciones cognitivas y estrategias involucradas durante la producción o comprensión del discurso" (Van Dijk, 1989, como se citó en Meersohn, 2005). De esta manera el discurso se construye en torno a los gestores culturales y su labor como promotores culturales en el entorno, que se difunden en los medios impresos, "prensa como el principal medio de masas (...). Impresión de noticias, crónicas y reportajes que los lectores demandaban (junto a un número reseñable de anuncios y reclamos publicitarios)" (Benaissa, 2019, pág. 2).

En este contexto, los medios de comunicación impresos son expuestos como fuente de comunicación que desde sus principios han sido claves para el desarrollo de las sociedades. Estos se remontan al año 3500 a.C, cuando el hombre como ser social y en la necesidad de comunicarse representaban sus vivencias por medio de jeroglíficos, pinturas o dibujos en tablillas o paredes, emitiendo sonidos unos a otros en la que se hace necesario que los decodifiquen. La invención del alfabeto fue otro momento importante, ya que el hombre aprendió a leer y escribir e hizo tangible la comunicación impresa. Otro momento importante surge en el siglo XV con la invención de la imprenta por Johannes Gutenberg, con el nacimiento del primer periódico en Alemania a finales del mismo siglo (Universidad Insurgentes, 2020). Con el pasar del tiempo, se incorporaron nuevas técnicas de impresión que gracias a los adelantos tecnológicos ha posibilitado que los impresos reflejen información actualizada local, nacional e internacional al alcance de todos.

En síntesis, es imprescindible realizar este estudio con el fin de tener en cuenta como los medios impresos dan a conocer la información y su influencia en la sociedad, por medio del entendimiento del discurso manejado, que engloba las prácticas de los gestores culturales.

A continuación, se detalla los capítulos a desarrollar:

CAPÍTULO I: En este apartado se realizará el Planteamiento del problema, en el que refleja la problematización, justificación, y objetivos: general y específicos.

CAPÍTULO II: Se abordará conceptualizaciones con el sustento de autores de acuerdo con las variables definidas; todo esto en el Marco Teórico.

CAPÍTULO III: Como parte de la Metodología se define el tipo y diseño de investigación; unidad de análisis, población de estudio, tamaño de muestra, técnicas de recolección de datos y de análisis e interpretación de la información.

CAPÍTULO IV: Se obtienen los resultados de la investigación y se efectúa la discusión y análisis.

De manera consecutiva, se modela las conclusiones y recomendaciones. Además de una propuesta comunicacional: artículo científico, con el tema "Los Gestores Culturales durante la Pandemia caso Medios Impresos de Riobamba. Año 2020".

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1 Planteamiento del problema

Riobamba conocida como "Sultana de los Andes", "Ciudad de las Primicias", "Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana" fue la ciudad en donde se realizó la primera Asamblea Nacional Constituyente en 1534. De igual manera, el 16 de abril de 2008 fue declarada Patrimonio Cultural de la Nación la cual alberga edificaciones religiosas, civiles, militares de gran influencia monumental y colecciones de arte colonial. La memoria histórica se ha transmitido de generación en generación para mantener su legado.

En tal sentido, promover los conocimientos y actividades culturales, así como las personas que lo producen es indispensable para formar el imaginario colectivo de los ciudadanos y que mejor mediante la difusión de información mediante los medios de comunicación. Actualmente en Riobamba existen dos diarios impresos; *La Prensa* y *Los Andes*, el primero fundado en 1992 y el segundo en 1916 que se han ganado la fidelización de las audiencias por ser referentes de información en la ciudad. Sin embargo, en análisis preliminares a las notas artísticas y culturales publicadas en el año 2020 se detectó que los gestores culturales como personas que se encargan de la promoción, incentivo, diseño y realización de proyectos culturales en cualquier ámbito, no tienen visibilidad en estos medios impresos.

En el 2020, debido a la pandemia de la COVID-19 que afectó a todos los países del mundo, incluido Ecuador, se adoptaron medidas drásticas de confinamiento y normas de bioseguridad, razón por la que se paralizó toda actividad cultural en espacios públicos con una búsqueda urgente de nuevas estrategias de adaptabilidad de las actividades de esta índole. Por tal razón, la producción de información en los medios sobre esta temática era escasa, ya que ocupaban su agenda informativa, dedicándose en gran parte a tratar temas de salud debido a la pandemia.

Por otra parte, según las investigaciones realizadas por el medio de comunicación El Comercio, los recursos destinados para el arte y la cultura son limitados para la realización de actividades culturales, los presidentes de los núcleos provinciales de la Casa de la Cultura Ecuatoriana (CCE) consideran que se viola los derechos culturales con la designación injusta de los presupuestos. Al existir proyectos culturales limitados, la información generada por los medios se enfoca en la difusión de información de otras temáticas.

A esto se suma que en el sistema educativo del Ecuador no existen políticas claras sobre la inclusión de temas culturales para los estudiantes, causando que la cultura no tenga un espacio relevante en el ámbito de una nación pluricultural, multicultural e intercultural como está consagrada en la Constitución de 2008. A su vez, este fenómeno deriva en que los medios tradicionales carezcan de políticas que produzcan, vinculen y promuevan estos temas con la ciudadanía.

En este marco, es prioritario identificar el rol de los medios de comunicación impresos en la representación de los gestores culturales y las actividades que realizan, con el fin de

determinar el discurso empleado y su aplicación al momento de difundir contenidos culturales buscando entre otros elementos, promover la diversificación de dichos contenidos y el valor agregado de los mismos, en el conglomerado que atienden los medios de comunicación impresos de Riobamba.

1. 2. Objetivos

1.2.1 General:

- Analizar la representación de los Gestores Culturales en el discurso de los medios impresos de Riobamba. Año 2020.

1.2.2. Específicos:

- Identificar la cobertura de los Gestores Culturales y sus actividades en los medios impresos de Riobamba.
- Determinar la representación de los Gestores Culturales en el discurso de los medios impresos.
- Proponer un artículo científico sobre la representación de los Gestores Culturales en el discurso de los medios impresos de Riobamba.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del arte

En el trabajo de investigación "El periodismo cultural en la prensa escrita y la televisión del Ecuador" se refleja la representación de la cultura en el quehacer periodístico cotidiano. Para esto se utilizó la metodología de análisis de contenido en 10 medios impresos y audiovisuales, y una etnografía en un diario de la capital en la que se demuestra que si existe producción de noticias culturales de manera permanente en los diarios del Ecuador; sin embargo, existen problemas como: unifuentismo, silenciamiento y ausencia de agenda propia (Cruz & Rosero, 2012).

En la tesis propuesta por (Pisco, 2016) , "Factores que determinan la composición del contenido en los suplementos culturales en los medios impresos ecuatoriano. Una comparativa entre 'Cartón Piedra' (El Telégrafo), 'Artes' (La Hora) e 'Ideas' (El Comercio) en 2015. " identifican que el periodismo cultural de los medios impresos en el Ecuador se ha reducido, así como, la falta de difusión de contenidos acerca de la diversidad de expresiones artísticas, de prácticas y experiencias diferentes a otros medios. Lo que se pretende determinar en la investigación es conocer que factores determinan el contenido cultural que se publica en los medios impresos ecuatorianos, para esto se empleó el análisis de contenido a través de una encuesta como técnica cuantitativa y una técnica cualitativa, basada en entrevistas a profundidad a especialistas en el tema, además de la aplicación del método inductivo para proponer una solución al problema. En el estudio se concluyó que se produce contenido cultural enfocado solo al público de "élite" y no con nuevas formas de cultura contemporáneas. Solo el 2% de los lectores a nivel nacional consumen contenidos culturales y solo el 5% del mismo está interesado en encontrar contenidos de esta naturaleza, lo que dificulta la producción de contenidos culturales. Además, hace falta mejorar la comunicación entre los creadores de cultura y periodistas que se encargan de la cobertura para mejorar la formulación de contenidos, ya que esta sección en los diarios ha sido considerada como un espacio que no genera el suficiente interés como para darle la misma importancia que otras secciones, razón por la que no es un tema de debate y profundización, incluso por la situación económica los directivos de los medios impresos deciden acortar páginas o reducir contenido cultural.

Asimismo, los medios reflejan no tener conocimiento que tipo de temas culturales les interesa a las audiencias.

En la investigación abordada por (López M. , 2017) "Artistas vs. Vándalos construcciones binarias desde la prensa comercial" pretende estudiar la construcción discursiva del diario argentino, *El Día* sobre prácticas culturales de intervención locales. Se utiliza el análisis de contenido y entrevistas a las personas involucradas. Como resultado, se considera que el diario utiliza una estrategia para forjar las tradiciones y arte de la ciudad, sin embargo, en las construcciones discursivas del mismo se incentiva a la exclusión del grafiti por ser considerada una práctica "no-artística" e ilegal.

En el documento (Correa, 2018) plantea el tema, "Análisis de contenidos de la sección cultural de los medios impresos: Diario Crónica y Diario La Hora. Período de estudio

enero-marzo 2016", en la que se investiga la importancia que le dan los periódicos a los temas y eventos culturales de Loja. La metodología utilizada fue método analítico, para descomponer en partes el aspecto cultural; método sintético, para encontrar similitudes y diferencias de las notas en los diarios. Asimismo, las técnicas utilizadas fueron la encuesta y la ficha de análisis de contenido para conocer el tratamiento que dan los medios impresos en temas de noticias culturales. En este estudio se concluyó que la publicación de contenidos culturales de la provincia de Loja es escasa ya sea por falta de cobertura o preferencia de notas sensacionalistas y en su mayoría, corresponde a información producida por medios nacionales, además, existe problemas con su diseño y orden de secciones.

En la investigación realizada por (Cordero, 2018) propone el tema de su artículo, "La comunicación como proceso cultural. Pistas para el análisis", se infiere que la comunicación tiene una dimensión cultural, porque los sujetos son partícipes de un proceso de interacción, interpretación y construcción de su vida social, la que da origen a su cultura, por tanto, la comunicación no se limita a simples procesos comunicativos, al contrario, ayuda a la comprensión más profunda de la sociedad y sus formas de vida.

Por último, en el documento de (Jurado, 2019), "La sección Cultura hoy: De las descripciones teóricas a la realidad práctica. Estudio de caso de medios impresos en España", el objetivo del trabajo es observar y verificar la coherencia de los postulados de las investigaciones sobre lo que debería ser la sección Cultura, el periodismo cultural y su práctica para esto se toma como referencia a los medios españoles *El País*, *El Mundo* y *ABC* por medio del método de análisis de contenido y la revisión bibliográfica. En el documento se concluye que es una de las secciones con más variedad en contenidos y géneros periodísticos, se estimula la creatividad de los redactores, con repetición de personajes, escenarios y temas. En estos medios se inserta claramente su ideología y se trata de mantener el estatus cultural del periódico.

2.2. Fundamentación teórica

2.2.1. Aportes teóricos de la comunicación

La palabra comunicación comparte la raíz de comunidad y común, que surge del latín *communis* o *communicare*, por lo que se la relaciona con un conjunto, comunión, relación, un compartir, una puesta en común entre personas. (Báez, 2000)

La comunicación constituye una de las actividades vitales de los seres vivos. Es un proceso en el que dos o más individuos intercambian experiencias y conocimientos contruidos a partir de símbolos, señales y signos. (León, 2002)

La comunicación es un proceso que se ejerce entre dos individuos o un conjunto de estos que se relacionan entre ellos, con el fin de evocar un significado compartido y que pueda ser entendido. (...) el significado es la representación mental al percibir un significante; un gesto, una palabra, un olor, un sabor. (Paoli, 1990)

Para (Guardia de Viggiano, 2009) la comunicación es un procedimiento que se da por etapas de manera interactiva e interpersonal, ya que ocurre con personas y al mismo tiempo está conformada por elementos que se relacionan unos con otros constantemente.

Según (Ulloa, 2007) la comunicación no es algo estático, sino, algo que pone en manifiesto ideas en común porque se intercambian dinámicamente, con la posibilidad de construir dos o más escuchas que son capaces de intervenir y entenderse por medio del lenguaje y otras manifestaciones. De esta manera se construyen mensajes y se produce una participación activa.

Los expertos en comunicación han propuesto teorías que han permitido estudiar los procesos de comunicación tomando en cuenta a sus diferentes actores, así como los procesos de codificación y decodificación de los mensajes en la búsqueda de construcción de la realidad individual y social a través de los medios. (Giraldo, Naranjo, Tovar, & Córdoba, 2008)

Una de las principales teorías de la comunicación es el funcionalismo, (Lagunas, 2016) dice que la base de esta teoría son las sociedades que componen sistemas naturales, con sus partes relacionadas unas con otras y desempeñando funciones direccionadas al equilibrio organizado de la sociedad. Sus principales expositores fueron Lasswell, Hovland, Lewin y Lazarsfeld.

Otra de las teorías es el estructuralismo, que según (Pérez, 2018) tiene como intención reconstruir las reglas que aportan significado a las palabras, acciones, objetos en un proceso de comunicación social. Estos procesos de significación sociales y de los objetos se construyen con diferente lenguaje de acuerdo con el contexto y la ayuda de la semiología. De tal forma que es posible estructurar palabras, frases, construir significantes y aludir significados. Sus principales expositores fueron Lévi-Strauss, Eco, Barthes, Verón, Ponzio, entre otros.

Por otra parte, Rush manifiesta que la teoría crítica es un análisis de la desigualdad y la emancipación en busca de ayudar al cambio social. Esta teoría es una forma de incitar a la sociedad a tener una vida verdadera, libre y justa conociendo los problemas sociales de dominación, también busca influir en la actividad política encaminada a la liberación de poder. (como se cita en Marcillo, Heredia, & Benítez, 2017)

Por último, la teoría de los estudios culturales abarca bases teóricas de acuerdo a las lógicas de tiempo y épocas distintas que han marcado la historia de la humanidad, asimismo las lógicas de la productividad con respecto a todos los procesos económicos y comerciales que han servido como razón de intercambio y por último las lógicas del espacio donde se han desarrollado las diferentes culturas a la cual se debe esta teoría. Todo lo anteriormente mencionado permite entender los nuevos modelos que se han formado, así como las sociedades, alianzas y comunidades. (Grossberg, 2003)

2.2.2. Teoría crítica

La teoría crítica tiene sus inicios en la Escuela de Frankfurt en 1923 con la integración de Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, quienes conforman las primeras nociones de lo que se expondrá más adelante junto con Herbert Marcuse, Walter Benjamin y Erich Fromm. (Aguado, 2004)

De acuerdo con (Frankenberg, 2011) estos teóricos propician la idea de que tanto los elementos observados como los sujetos observadores de la ciencia están integrados colectivamente, es por esto por lo que deben ser estudiados y entendidos en su contexto histórico-social.

Bernstein dice que la teoría crítica se diferencia de la teoría tradicional, debido a que la primera especifica las capacidades reales del contexto histórico que fomentan los procesos de emancipación social para superar el poder y la opresión. (como se citó en González, 2002)

La teoría crítica se enfoca en dos características importantes que la precisan: la primera en su tenencia con el proceso social de producción de vida material, por ende, una dependencia social de la que es parte. La segunda, es el vínculo entre la teoría y la práctica o lo que se conoce como cualquier forma de conocimiento y la "política". (Enguita, 2014)

El estudio de esta teoría se centra en las relaciones asimétricas entre el poder y las sociedades y como el dominio del mercado cultural desestima y no se interesa por la cualidad humana transformada por las industrias culturales. Esto explicaría porque los consumidores son manipulados por los contenidos de los medios de comunicación. (Valdez, Romero, & Gómez, 2020)

2.2.3. Comunicación y cultura

La comunicación humana es compleja, no solo se encarga de transferir y recibir estímulos que resultan de comportamientos determinados, sino, depende de las mediaciones de respuesta por parte de los actores influenciados por el contexto; personal, social, histórico en el que se desarrollan. La comunicación es una relación compleja establecida entre dos o más personas como resultado de una construcción individual, que previamente formada a nivel social, se comprende como cultura. (López J. , 2008)

En la actualidad el punto de mayor enfoque de los investigadores en la comunicación es la cultura, ya que a se ve a las sociedades y sus características culturales como emisoras de mensajes en sus prácticas religiosas, lingüísticas, musicales, artesanales entre otras. De la misma manera, los medios de comunicación se han apropiado de herramientas tecnológicas para grupos sociales minoritarios que no tenían acceso a la comunicación. (Rivadeneira, 1997)

Según (Cordero, 2018) la cultura es la base, el soporte en la que se desarrollan los procesos comunicativos, pues las significaciones de la realidad surgen de estos procesos, esto también es considerado como cultura. Por lo tanto, comunicación y cultura son generadas continuamente en la vida social, en la que una motiva a la otra.

La comunicación es parte imprescindible de la cultura, como fuente de elementos históricos a nivel individual y social. A partir de esta construcción se recrean actividades diarias con sus propias características. De esta manera, tanto las prácticas comunicacionales como las culturales se complementan y se desarrollan en un territorio para generar interacción entre el aprendizaje y producción colectiva. (Carranza, 2013)

En el documento publicado por la (UNESCO, 2014), la comunicación y la cultura son interdependientes, pues para que la cultura se construya, desarrolle y se comparta necesita que la comunicación esté presente en sus distintas formas. Estos dos términos ayudan a generar y difundir información, ideas, contenidos y conocimientos con el fin de generar contextos centrados en el desarrollo social.

2.2.4. Gestores culturales

Un gestor cultural es una persona encargada de administrar recursos sobre un acontecimiento cultural que tiene como fin dar a conocer productos como bienes culturales o servicios para llegar a un gran número de consumidores y así satisfacer sus necesidades. (Bernárdez, 2003)

Según el (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2012), los gestores culturales son aquellos que promueven ideas o actividades relacionadas con el arte y la cultura, así como sus diferentes formas, modalidades, áreas y sitios de representación.

La gestión cultural es una conciliación entre los sujetos, las distintas áreas y especialidades culturales implicados en el desarrollo de la producción cultural. Esta conciliación da la oportunidad de producir, distribuir, comercializar, consumir productos y servicios culturales en relación con los autores, difusores, instituciones y las personas, combinando distintos métodos con el objetivo de materializar las obras y que adopten un significado en la sociedad. (Bayardo, 2009)

El profesional en gestión cultural debe tener entendimiento en términos sociales, económicos, estéticos, administrativos y políticos relacionados con las áreas de la cultura y el arte, junto con el desarrollo de habilidades individuales y colectivas que le permitan crear, liderar, negociar estas prácticas con los públicos. (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2011)

Para (Mariscal, 2006) la cultura se manifiesta mediante prácticas artísticas por lo que los gestores culturales son agentes que se encargan de ejecutar acciones dirigidas a informar y educar en ámbitos artísticos. El gestor cultural es el lazo que existe entre el arte y la sociedad.

2.2.4.1 Gestores culturales en Riobamba

2.2.4.1.1. Casa de la Cultura “Benjamín Carrión” Núcleo de Chimborazo (CCE)

En este contexto, con el objetivo de fomentar e incentivar la cultura y su desarrollo, así como la libertad de pensamiento en el país, se fundó “La Casa de la Cultura Ecuatoriana” en 1944. A través de los años, la institución se ha encargado de cinco áreas especializadas: Biblioteca, Cinemateca, Fomento Artístico y Cultura, Museos y Publicaciones. La CCE cuenta con 24 núcleos provinciales, uno de ellos ubicado en Riobamba. (Casa de la Cultura Benjamín Carrión, 2019)

“La Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” Núcleo de Chimborazo, creada oficialmente el 13 de febrero de 1953, es el eje gravitacional del trabajo cultural en la provincia, tiempo en el que su evolución de políticas y programas ha permitido superar la condición

elitista de sus inicios, para madurar procesos de verdadera democratización facilitando la participación inclusiva de intelectuales, artistas y gestores culturales, que reconocen a la Casa de Carrión en Chimborazo, como el verdadero hogar donde las más luminosas manifestaciones de la inteligencia y la sensibilidad florecen en plena libertad.” (Casa de la Cultura Benjamín Carrión, 2019, pág. s/p)

2.2.4.2. Registro de Actores y Gestores Culturales (RUAC)

El Registro Único de Artistas y Gestores Culturales nace el 31 de enero de 2017 como una herramienta del Sistema Integral de Información Cultural, SIIC, con el objetivo de recopilar, sintetizar, difundir y dar valor a la información de patrimonio y cultura, producida por entes públicos, privados o comunitarios, colectividad artística y la sociedad. El registro se enfoca en profesionales de arte y cultura a nivel nacional, migrantes o personas en estado de movilidad humana. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2019)

Entre sus objetivos tiene:

- Consolidar la información de los actores del Sistema Nacional de Cultura, así como de personas naturales y jurídicas cuya principal actividad se encuentra comprendida en el ámbito cultural y artístico.
- Permitir el acceso a los usuarios a los beneficios de incentivos tributarios conforme lo establece la Ley Orgánica de Cultura y su Reglamento.
- Generar información actualizada del sector, para fines de investigación, para el diseño y construcción de políticas públicas.
- Facilitar los procesos de participación ciudadana, previstos en la Ley. (Registro Único de Artistas y Gestores Culturales, s/f, l.11)

“Podrán ser parte del RUAC, de forma voluntaria, los artistas y gestores culturales, las agrupaciones, colectivos, empresas y entidades cuya principal actividad económica se inscriba en el ámbito de la cultura y de las artes.” (Registro Único de Artistas y Gestores Culturales, s/f, pág. s/p)

“Serán también sujetos de registros los artistas, gestores culturales, colectivos culturales, y otros, que hayan hecho o hagan uso de las distintas herramientas y mecanismos de apoyo, acreditación, patrocinio, subvención o fomento ya existentes y de los que a futuro se establezcan en cumplimiento de las disposiciones de la Ley Orgánica de Cultura.” (Registro Único de Artistas y Gestores Culturales, s/f, pág. s/p)

2.2.5. Periodismo

El periodismo es el ámbito encargado de reproducir la realidad social por medio de las noticias, por medio de sujetos que generan información sobre lo que sucede en el mundo y dan a conocer a las demás personas las cuales no tienen acceso de manera directa al hecho. (Martini, 2000)

El periodismo es una profesión que está al servicio de la sociedad con el fin de que esté informada, al mismo tiempo ayuda a explicar para un mejor entendimiento e interpretación de las personas bajo su reflexión, crítica y libertad de opinión de las temáticas tratadas por los profesionales de esta área. (Guzmán, 2016)

La base del periodismo según (Robledo-Dioses, 2017) siempre será el hombre, a lo que se refiere tanto la persona que se encarga de informar como la que recibe el mensaje, ya que los dos son partícipes de la comunicación. Además, esta es una profesión en la que como característica principal prevalece la veracidad, de manera que es útil para dar información de valor a los ciudadanos

Cantarero manifiesta que el periodismo visto desde el desarrollo y el uso de las nuevas tecnologías en los medios de comunicación acopla variedad de funciones del periodista en los medios, es decir; su práctica ya no solo se resume a los medios impresos sino a los medios audiovisuales ejercido de manera pública o privada. (como se citó en Rodríguez, 2005)

La (UNESCO, 2007) establece que el periodismo en la actualidad tiene como responsabilidad informar, analizar y comentar acerca de hechos actuales. Asimismo, los periodistas tienen como fin ser mediadores entre la información y los ciudadanos, cuestionándose el poder y la democracia ejercida con el objetivo de cooperar con el progreso social, cultural, económico y político.

2.2.6. Géneros Periodísticos

Los géneros periodísticos son estructuras literarias que se emplean para dar a conocer un hecho y su interpretación, es decir, el contenido informativo apropiado, comentario o validación por arte del periodista direccionado a las audiencias. (Moreno, 2000)

Para (Vidal, 2010) los géneros periodísticos son modos de comunicación implantados y aceptados por la sociedad culturalmente, un conjunto de reglas en el marco comunicativo. Son aquellos que materializan la realidad por medio de la exposición de información para exponerlo a las audiencias.

Por otra parte, (Peñaranda , 2000) plantea que los géneros informativos son el relato de los hechos, contados desde la imparcialidad, en los cuales no se agregan puntos de vista y solo se reflejan datos claves. Este tipo de género está conformado por la noticia, la crónica, la entrevista y el perfil.

A lo que se refiere los géneros de opinión no se centran en los hechos de manera directa, no dan a conocer datos ya que previamente han sido expuestos en otras secciones de un medio, aquí los personas y autores exponen sus ideas y puntos de vista. Estos son el editorial, la columna, la caricatura, el comentario, la crítica o reseña y la carta. (Castillo, 2014)

Los géneros interpretativos son una fusión entre el género informativo y el de opinión, en cuanto se proporciona gran cantidad de datos y visiones para que el lector pueda interpretar la realidad y sacar sus propias conclusiones. El reportaje es el género interpretativo que destaca. (Ghignoli & Montabes, 2014)

2.2.7. Medios impresos

Los medios impresos se originan en los años 3500 a.n.e cuando en los tiempos remotos, los pueblos por medio de pinturas, jeroglíficos, y dibujos buscaban representar sus vivencias, costumbres, experiencias importantes en tablillas y paredes para que los demás puedan observar. Con el tiempo se desarrolló el alfabeto que permitió un mejor entendimiento de las sociedades. (Universidad Insurgentes, 2020)

A mediados del siglo XV surge un hito importante, Johannes Gutenberg inventa la imprenta móvil, lo que originó el periódico. En 1885 Otto Mergenthaler inventa la máquina de linotipo que ayudó a que las técnicas de impresión se desarrollen y permitan que los ejemplares se expandan a nivel local, nacional e internacional. (Universidad Insurgentes, 2020)

En la actualidad los medios impresos son conocidos porque se asocian con la impresión, las personas se refieren a este medio como "prensa", como una red de medios que buscan llegar a un gran número de personas con sus publicaciones. Por lo general, el sustento económico de estos medios se da por la venta de espacios publicitarios. (González, 2018)

Para (Cuya, s.f) los medios impresos se los define como un medio tradicional que se publica por medio de un material impreso, de tal manera que se lo asocia con la impresión en la que se distribuyen noticias a través de los medios de comunicación como; revistas y periódicos.

Los medios de comunicación impresos como los periódicos y las revistas son primordiales para el desarrollo de una sociedad, no solo porque se encargan de informar, sino, como fuente de conocimiento, cultura y entretenimiento. (Rincón, 2010)

2.2.7.1. Medios impresos de Riobamba

2.2.7.1.1. Diario *La Prensa*

El 14 de febrero de 1992, Carlos Freire Heredia, profesor y empresario de la provincia funda el Diario *La Prensa* con el lema: "Un diario joven con fe en Chimborazo". Lucy Freire de Lalama es la representante legal y directora, Patricio Lalama Salas es el gerente, y Carlos Chimborazo, es el editor general. Este medio se identifica como una empresa privada y tiene un tiraje promedio de 3.500 periódicos de lunes a sábado y domingo de 5900. (Vallejo, 2015)

Para (Vallejo, 2015), en el Diario surgen dos momentos importantes, el primero en el 2004 cuando se reemplaza el formato tabloide por el estándar, el segundo en el 2010 cuando se expone la nueva imagen del periódico, mejorado por La Máquina de Ideas; consultora de medios.

2.2.7.1.2. Diario *Los Andes*

El primer diario en Riobamba fue *Los Andes* fundado y sustentado económicamente por el mayor Luis Benigno Gallegos. Los escritores que desempeñaban en este diario fueron Luis Alberto Falconí, Félix Flor, Jorge Moncayo y César Barriga. El 10 de noviembre de 1916 se fundó, pero se convirtió en diario el 30 de septiembre de 1918 hasta el 10 de mayo de 1923 al cumplir 1370 impresiones. (Vallejo,2017)

Este diario desapareció en 1928 como consecuencia de la crisis económica en todo el país, sin embargo, ayudó a configurar el periodismo permanente en la ciudad e influyó con sus discursos para la consecución de obras, como la estación central de Riobamba inaugurada en 1925. (Lara, 2007)

Diario *Los Andes*, retomó el nombre del primer diario en la ciudad y publicó su primera edición el 1 de abril de 1998.

Los Andes junto a *La Prensa* son los que prevalecen informando en la actualidad. (Vallejo, 2017)

2.2.8. Discurso

Según (Ramírez, 2007) el discurso es la manifestación del lenguaje en su totalidad, por medio de significantes orales, escritos, no verbales, o diferentes expresiones que construyen sentido en relación con un productor, con un receptor y con un conocimiento determinado.

El discurso es una forma tanto del empleo del lenguaje como de interrelación de la sociedad. Es un acontecimiento comunicativo en un hecho social que tiene como significado una configuración cognitiva, en donde no solo son componentes no verbales y verbales, sino también representaciones mentales y métodos que se producen para comprender el discurso. (Meersohn, Introducción a Teun Van Dijk: Análisis de Discurso, 2005)

Para (Manzano, 2005) la unión del lenguaje que no solo se basa en palabras sino también en símbolos sumada a la vida social, da como resultado el discurso, como una unidad de significado, el cual comprende ideología, contexto, cultura. Asimismo, transmite significados y plantea conductas sobre temas específicos o generales.

El discurso se relaciona con el entorno (contexto) en el que se desarrolla. La construcción de la realidad se da a partir del discurso y la manera en cómo este refleja la parte social y cultural, la misma que crea y expresa significados en una situación determinada. (Garachana, 2013)

Desde el punto de vista de la semiótica el discurso tiene que ver con los significados y los significantes. En tanto que un significado es la parte implícita del mensaje, direccionando interpreta a que debe ser entendido de una manera determinada, mientras que el significante es la imagen mental motivada por el primero desde la subjetividad. (García & Miguel Ángel, 2014)

2.2.9. Análisis de contenido

Cuando tenemos un material que hemos seleccionado previamente y queremos estudiarlo, estamos hablando de analizar un contenido. Por tal razón, al tener cualquier tipo de mensaje y querer conocer lo que significa haremos un "análisis", como la lectura de un informe, un periódico, una revista o similares. (Tinto, 2013)

El análisis de contenido se remonta al siglo XVIII en Suecia, cuando la iglesia hizo un análisis de documentos escritos con el fin de encontrar elementos opuestos a las creencias religiosas de la época. (Tinto, 2013)

En el siglo XX, Max Weber realizó estudios importantes acerca del análisis de contenido en los medios impresos. Estos estudios se consideran como el origen moderno de la técnica que conocemos en la actualidad. (Krippendorff, 2004)

El análisis de contenido es “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”. (Berelson, 1952, pág. 18)

El análisis de contenido es una técnica de investigación que permite indagar en cualquier clase de mensaje como textos literarios, cuestionarios, cartas, discursos, entre otros. (...), de esta forma, ayuda a encontrar el ADN de los mensajes mediáticos, conocer su estructura, los elementos que la componen y su funcionamiento. (Igartua, 2020)

De acuerdo con el documento de (Aigeneren, 2009), el análisis de contenido brinda la posibilidad de estudiar los aspectos de comunicación como son: el emisor, la persona que analiza busca quién es el creador del mensaje o comunicación; que se quiere decir, aquí se analizan las características del contenido y se definen cual es el tema y subtemas; el receptor, la persona a quién se envía el mensaje; el mensaje, tanto implícito como explícito; el cómo, en donde se analizan los medios o componentes que ayudan a producir un resultado. Por último, se estudia el resultado que tiene el mensaje en el receptor.

2.3. Variables

2.3.1. Variable independiente: Representación de los Gestores Culturales.

2.3.2. Variable dependiente: Discurso de los medios impresos de Riobamba.

2.3.3. Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de variables independiente y dependiente.

VARIABLE	DEFINICIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Variable independiente= Representación de los Gestores Culturales.	<p>Para Serrano, investigador español señala que una representación social es la interpretación de lo que se conoce o existe en el entorno. (...) destinada a ser interiorizada como una representación personal propuesta por un relato para ser difundido (como se citó en Rubira & Puebla, 2018).</p> <p>Un gestor cultural es la persona que se encarga de la intervenir, promocionar, difundir, enseñar, vincular, producir, distribuir, comercializar, restaurar, crear e investigar diferentes conocimientos y prácticas culturales (Mazariegos, 2016, como se citó en González, 2018).</p>	Rasgos de representación de los gestores culturales.	<p>Comunicación</p> <p>Cultura</p> <p>Representación</p> <p>Actores culturales</p> <p>Artes plásticas</p> <p>Literatura</p> <p>Fotografía</p> <p>Música</p> <p>Danza</p> <p>Cine</p> <p>Arquitectura</p>	<p>Técnicas:</p> <p>Revisión bibliográfica</p> <p>Entrevista</p> <p>Instrumentos:</p> <p>Matriz de entrevista semiestructurada.</p> <p>Matriz de rasgos de representación.</p>

Variable dependiente= Discurso de los medios impresos de Riobamba.	Van Dijk dice que el discurso es " una estructura cognitiva, hace sentido incluir en el concepto de discurso no sólo elementos observables verbales y no verbales, o interacciones sociales y actos de habla, sino también las representaciones cognitivas y estrategias involucradas durante la producción o comprensión del discurso" (Meersohn, Universidad de Chile, 2005). Los medios impresos son soportes visuales, textuales e informativos que enriquecen la visión del comportamiento, vida cultural, grupos sociales, hábitos, moda, estética en una	Periodismo Escuela de Frankfurt	Discurso Contenido Mensajes Medios de comunicación Prensa Medios impresos	Técnica: Análisis de contenidos. Instrumento: Matriz de análisis de contenido.

	época determinada (Costa & Maldonado, 2018).			
--	--	--	--	--

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Método de investigación

3.1.1. Método científico

Se utilizó este método con la finalidad de tener bases sustentadas en las que se puede guiar los procesos aplicados en el objeto de estudio, en este caso, la representación de los gestores culturales en el discurso de los medios impresos, *La Prensa y Los Andes* en el año 2020.

El método científico es la reunión de pasos con el objetivo de resolver un problema o interpretar un fenómeno. Este método busca generar nuevos conocimientos científicos que enlacen hechos con teorías posteriores, con el fin de explicar los fenómenos y su funcionamiento en el entorno (Campos, 2020).

Para (Ñaupas, Valdivia, Palacios, & Romero, 2018), el método científico es un proceso ordenado que permite verificar una situación que se da en la realidad, primero se identifica un problema, se revisa la documentación acerca de lo que se quiere investigar como base para el planteamiento de la hipótesis, por consiguiente; se contrasta la información para adquirir los nuevos conocimientos científicos.

3.1.2. Método teórico

“Los métodos teóricos permiten revelar las relaciones esenciales del objeto de investigación no observables directamente, cumpliendo así una función gnoseológica importante al posibilitar la interpretación conceptual de los datos empíricos encontrados, la construcción y desarrollo de teorías, creando las condiciones para la caracterización de los fenómenos.” (Del Sol, Tejeda, & Mirabal, 2017, pág. 252).

Se uso este método para comparar los conceptos y teorías comunicacionales consultados con lo que se encontró en las publicaciones de los medios impresos de Riobamba; *La Prensa y Los Andes* en el año 2020.

3.1.3. Método descriptivo

El método descriptivo es el proceso usado en la ciencia que buscar describir las características a estudiar de un sujeto o una población. No describe por qué ocurre un fenómeno, sino está limitado a observar lo que ocurre sin buscar una explicación (Martinez, 2018).

Se uso este método para desglosar la información que se encontró en las publicaciones de los medios impresos de Riobamba, con la finalidad de obtener datos que puedan ser analizados de manera específica y contribuyan al manejo de información en los medios impresos y a la cultura de Riobamba.

3.2. Tipo de investigación

3.2.1. Descriptiva

En la investigación se detalló la metodología que se llevó a cabo para determinar la representación de los gestores culturales en el discurso de los medios impresos, así como

exponer el manejo de la información con la implementación de matrices que permitieron entender, clasificar y caracterizar el objeto de estudio.

3.2.2. Bibliográfica

La investigación bibliográfica se refiere a la búsqueda de literatura referente al tema que se va a realizar, en el que se puede utilizar fuentes primarias, secundarias y terciarias. Es importante tener una estrategia de búsqueda, criterios de selección y plantearse una buena organización de la información (Carbajal, Contreras, Fuertes, Saavedra, & Vasquez, 2019).

Se aplicó una bibliografía web en la que por medio de los buscadores de Google como: Google Académico, en el que se encontraron, revistas, tesis, artículos científicos a través de palabras claves relacionadas al tema de investigación.

3.2.3. Cual-cuantitativa

Este tipo de investigación tomó lo más importante de los métodos cuantitativo y cualitativo y se cohesionaron para la comprensión del objeto de investigación. Por tal razón, se cuantificó el número de publicaciones de los diarios *La Prensa* y *Los Andes* que trataron sobre gestores culturales en las ediciones publicadas en el año 2020. En base a esto, por medio de recolección de información y entrevistas, su descripción y análisis se explicó la representación de los gestores en el discurso de los medios impresos.

3.3. Diseño de investigación

Para la presente investigación se aplicó un diseño de investigación no experimental, es decir no existe una determinación aleatoria, manipulación de variables o grupos de comparación. Se observarán las situaciones que ocurren de forma natural (Carbajal, Contreras, Fuertes, Saavedra, & Vasquez, 2019).

Esta investigación es no experimental porque las variables: Representación de los Gestores Culturales y discurso de los medios impresos de Riobamba, no pueden ser manipulados, ni cambiados ya que se dan de una manera espontánea, sin la intervención del investigador.

3.4. Población y muestra

149 actores del RUAC, entre ellos se registran artistas pertenecientes a: artes cinematográficas y audiovisuales, artes literarias, narrativas y producción editorial, artes musicales y sonoras, artes plásticas y visuales, artes vivas y escénicas, diseño y artes aplicadas y artesanías, patrimonio cultural y demás artistas.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1. Técnicas

3.5.1.1. Análisis de contenidos.

“El análisis de contenidos es una herramienta útil, especialmente en su enfoque cualitativo, para el conocimiento exhaustivo de la información existente en una fuente documental” (Guix, 2008, pág. 29)

Por otra parte, para (Gomes & Ribeiro, 2009) el análisis de contenidos se realiza usualmente desde documentos previamente existentes que ayudan a la construcción de

inferencias a partir de la revisión de los textos y de diferentes ideas, para que de esta manera por medio de una operativización lógica y ordenada se pueda llegar a conclusiones.

Por medio de una matriz de elaboración propia, se desarrolló el análisis de contenidos de manera cuantitativa y cualitativa de las notas publicadas acerca de cultura en los dos medios impresos de Riobamba.

3.5.1.2. Revisión bibliográfica.

La revisión bibliográfica es el estudio de documentos sobre un tema determinado que se quiere investigar. El objetivo es encontrar, recolectar, organizar, analizar, comentar información publicada de acuerdo con un tema, por ello, es fundamental tener claro lo que se investigará para la correcta elección de información (Coral, 2016).

Para (Gávez, 2002) la revisión bibliográfica es un proceso ordenado que tiene como objetivo principal encontrar y recuperar datos e información de importancia para un sujeto que quiere dar respuesta referente a una práctica. La naturaleza de este procedimiento es la duda y la necesidad de obtener una respuesta.

A través de un barrido de hemerográfico en la Biblioteca Municipal de Riobamba y en las oficinas de *La Prensa* y *Los Andes*, se obtuvieron los contenidos por ser analizados, referentes al objeto de estudio.

3.5.1.3. Entrevista.

La entrevista es una técnica que recolecta información, es una estrategia que se pone en manifiesto en el desarrollo de un estudio. Su objetivo es conocer de forma oral sobre sucesos, experiencias, puntos de vista de las personas, en esta participan tanto el entrevistado como el entrevistador en la que se produce un intercambio de mensajes referente a un tema en específico (Folgueiras, 2016).

“La entrevista es uno más de los instrumentos cuyo propósito es recabar datos, pero debido a su flexibilidad permite obtener información más profunda, detallada, que incluso el entrevistado y entrevistador no tenían identificada, ya que se adapta al contexto y a las características del entrevistado” (Díaz, Torruco, Martínez, & Varela, 2013, pág. 166)

Se entrevistó a expertos en: gestión cultural a Christian Gaibor por ser uno de los referentes en artes plásticas dentro de la ciudad; en comunicación cultural a Brígida San Martín ya que se destaca en su docencia desde la comunicación y las artes; en periodismo cultural a Cinthya Chanatasig como una de las periodistas de *La Prensa*, diario investigado.

3.5.2 Instrumentos

3.5.2.1. Matriz de análisis de contenido.

Tabla 2. Matriz de análisis de contenido para las publicaciones en los medios impresos de los diarios La Prensa y Los Andes.

Diario: nombre del diario									
Fecha de análisis	Fecha de publicación	Titular	Sección	Número de página o letra	Género	Elementos gráficos (Si o No)	Gestores culturales		Categoría/ Subcategoría
							Si o No		
							Nombre		
							Ámbito		
¿Qué dice? (Breve resumen del contenido del texto)									
¿Cómo lo dice? (Énfasis del contenido del tema, emoción, tristeza)									
¿Cuál es la intencionalidad?									

Fuente: Elaboración propia

3.5.2.2. Matriz de entrevista semiestructurada.

Tabla 3. Matriz de entrevista semiestructurada para el gestor cultural.

Entrevista N° 1		
Nombres y apellidos del entrevistado		
Profesión	Gestor cultural	
Área en la que se desempeña		
Nombres y apellidos del entrevistador		
Medio por el cual se realiza la entrevista		
Fecha de la entrevista		
Tópicos por tratar	Preguntas por tópico	Respuestas
Gestión cultural		
Arte en la ciudad		
Valor del arte en la ciudad		

Visibilidad en los medios de comunicación		
Visibilidad por parte de las autoridades		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Matriz de entrevista semiestructurada para el experto en comunicación y cultura.

Entrevista N° 2		
Nombres y apellidos del entrevistado		
Profesión	Comunicador cultural	
Área en la que se desempeña		
Nombres y apellidos del entrevistador		
Medio por el cual se realiza la entrevista		
Fecha de la entrevista		
Tópicos por tratar	Preguntas por tópico	Respuestas
Comunicación cultural		
Gestión cultural		
Manejo de información sobre cultura y gestores culturales		
Visibilidad de los temas de cultura y gestores culturales en los medios de comunicación		
Valor de la información sobre cultura y gestores culturales		
Consumo de la información sobre cultura y gestores culturales		
Deficiencias en la información sobre cultura y gestores culturales		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5. Matriz de entrevista semiestructurada para un comunicador o periodista que trabaja en los medios impresos.

Entrevista N° 3		
Nombres y apellidos del entrevistado		
Profesión	Periodista/Comunicador	
Área en la que se desempeña		
Nombres y apellidos del entrevistador		
Medio por el cual se realiza la entrevista		
Fecha de la entrevista		
Tópicos por tratar	Preguntas por tópico	Respuestas
Coberturas		
Manejo de la información		
Importancia a la información sobre cultura y gestores culturales		
Consumo de la información sobre cultura y gestores culturales		
Deficiencias en la información sobre cultura y gestores culturales		

Fuente: Elaboración propia.

3.5.2.3. Matriz de rasgos de representación.

Tabla 6. Matriz de rasgos de representación de los gestores culturales.

Matriz rasgos de representación nombre del diario												
Nombre	Ámbito								Procedencia			
	Artes cinematográficas y audiovisuales	Artes literarias, narrativas y producción editorial	Artes musicales y sonoras	Artes plásticas y visuales	Artes vivas y escénicas	Diseño y artes aplicadas y artesanías	Patrimonio cultural	Otro	Riobamba	Chimborazo	Resto del país	Resto del mundo
Total												

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

El desarrollo del presente trabajo de investigación: Representación de los Gestores Culturales en el discurso de los medios impresos de Riobamba. Año 2020, se construyó a partir de la revisión bibliográfica en la Biblioteca Municipal y los diarios *La Prensa* y *Los Andes*, con un total de 457 publicaciones encontradas donde se reflejan a los gestores culturales en el año 2020.

Al analizar los contenidos en *La Prensa* del 2020 se encontraron 202 notas periodísticas y *Los Andes* del 2020, 255 notas periodísticas; todas estas referentes a gestores culturales. Por consiguiente, a continuación, se muestran los resultados obtenidos a través de tablas y gráficos estadísticos.

Tabla 7. Total de publicaciones Diario *La Prensa*.

Meses	Número de publicaciones totales de cultura	Número de publicaciones con referencia a gestores culturales
Enero	89	55
Febrero	37	35
Marzo	18	15
Abril	2	1
Mayo	2	1
Junio	3	3
Julio	29	18
Agosto	3	3
Septiembre	2	2
Octubre	50	21
Noviembre	55	29
Diciembre	47	19
Total	337	202

Fuente: Diario *La Prensa*.

Elaboración: Propia.

Tabla 8. Total de publicaciones diario Los Andes.

Meses	Número de publicaciones totales de cultura	Número de publicaciones con referencia a gestores culturales
Enero	44	16
Febrero	186	86
Marzo	50	35
Abril	0	0
Mayo	0	0
Junio	14	9
Julio	33	19
Agosto	38	22
Septiembre	27	15
Octubre	33	17
Noviembre	26	12
Diciembre	47	24
Total	498	255

Fuente: Diario *Los Andes*.

Elaboración: Propia.

4.1.1. Resultado de análisis de contenido

4.1.1.1. Géneros periodísticos

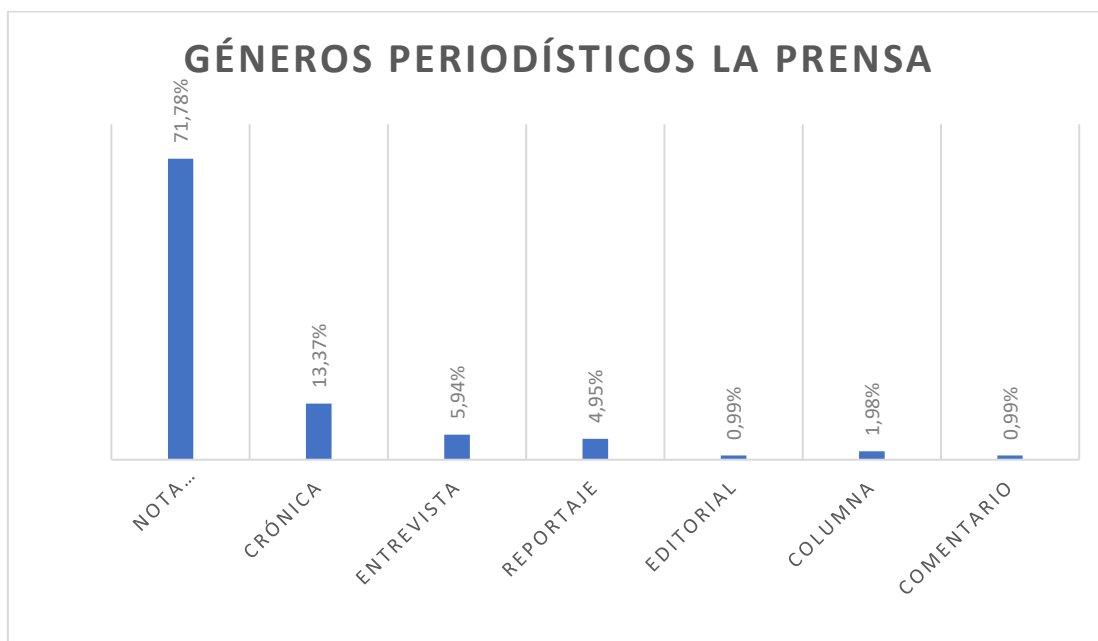
Tabla 9. Géneros periodísticos encontrados en las publicaciones del diario *La Prensa* sobre gestores culturales.

Diario <i>La Prensa</i>						
Nota informativa	Crónica	Entrevista	Reportaje	Editorial	Columna	Comentario
145	27	12	10	2	4	2
Total						
202						

Fuente: Diario *La Prensa*.

Elaboración: Propia.

Gráfico 1. Géneros periodísticos encontrados en las publicaciones del diario La Prensa sobre gestores culturales.



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Después de haber analizado la representación de los gestores culturales en el discurso de los medios impresos de Riobamba, en Diario *La Prensa*, se obtuvo que, de un total de 202 notas: 145 de ellas pertenecen al género de nota informativa, lo que representa el 71,78% del total, 27 fueron crónicas, con un 13,37%. Dentro del género de entrevista se contabilizaron 12 con un 5,94%. 10 reportajes representan el 4,95% y 4 columnas con el 1,98%. También se encontraron 2 editoriales que tienen un 0,99% de representación en el total, y 2 comentarios que también corresponde al 0,99%. Con estos resultados se puede establecer que el género periodístico más utilizado para comunicar la representación de los gestores culturales en el discurso de Diario *La Prensa* fue, la nota informativa. Seguida de la crónica y la entrevista. Los géneros menos utilizados fueron la editorial y el comentario.

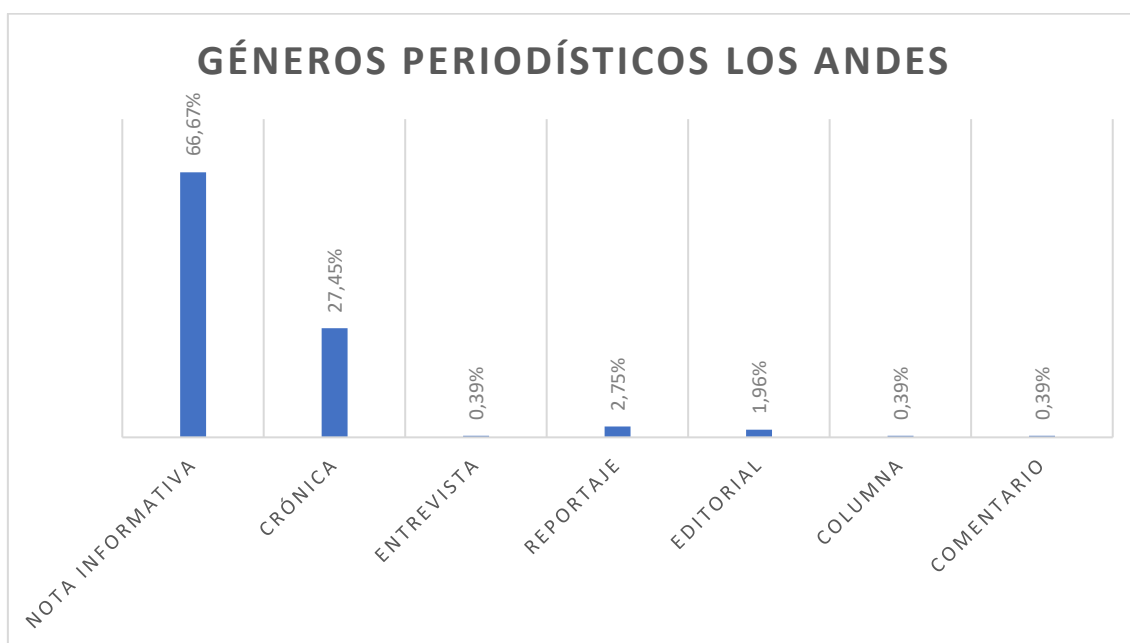
Tabla 10. Géneros periodísticos encontrados en las publicaciones del diario Los Andes sobre gestores culturales.

Diario Los Andes						
Nota informativa	Crónica	Entrevista	Reportaje	Editorial	Columna	Comentario
170	70	1	7	5	1	1
Total						
255						

Fuente: Diario *Los Andes*.

Elaboración: Propia.

Gráfico 2. Géneros periodísticos encontrados en las publicaciones del diario Los Andes sobre gestores culturales.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Después de haber analizado la representación de los gestores culturales en el discurso de los medios impresos de Riobamba, en Diario *Los Andes*, se obtuvo que, de un total de 255 notas: 170 de ellas pertenecen al género de nota informativa, lo que representa el 66.67% del total, 70 fueron crónicas, con un 27,45%. Dentro del género de entrevista se contabilizó 1 con un 0,39%. 7 reportajes representan el 2.75% y 1 columna con el 0,39%. También se encontraron 5 editoriales que tienen el 1.96% de representación en el total, y 1 comentario que también corresponde al 0.39%. Con estos resultados se puede establecer que el género periodístico más utilizado para comunicar la representación de los gestores culturales en el discurso del Diario *Los Andes* fue, la nota informativa. Seguida de la crónica y editorial. Los géneros menos utilizados fueron el comentario, la columna y la entrevista.

4.1.1.2 Temas tratados

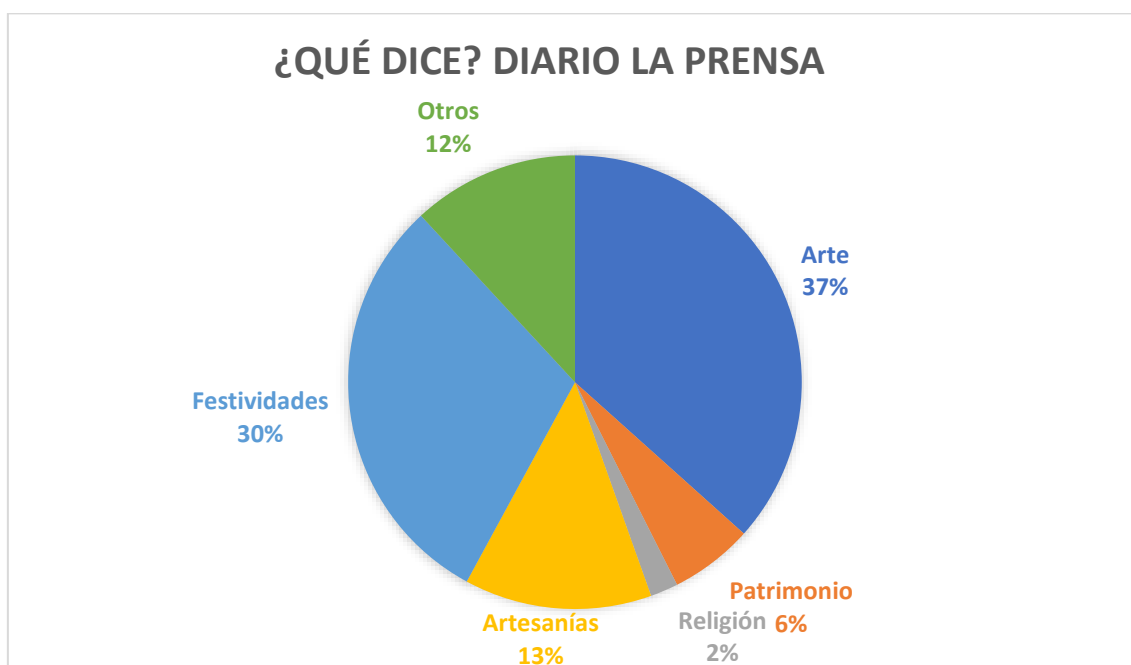
Tabla 11. Temas tratados en las publicaciones del diario La Prensa sobre gestores culturales.

Diario <i>La Prensa</i>					
¿Qué dice?					
Arte (artes plásticas, cine, danza, exposiciones)	Patrimonio (edificaciones)	Religión	Artesanías (monigotes)	Festividades (fiestas de las ciudades, carnaval, pases del niño, reinados, feria taurina)	Otros
74	12	4	27	61	24
Total					
202					

Fuente: Diario *La Prensa*.

Elaboración: Propia.

Gráfico 3. Temas tratados en las publicaciones del diario La Prensa sobre gestores culturales.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Al analizar los temas tratados con respecto a la representación de los gestores culturales en el discurso de los medios impresos de Riobamba, en *La Prensa*, se

obtuvo que de un total de 202 notas: en 74 de ellas se habló de arte con sus subgéneros (artes plásticas, cine, danza, exposiciones), lo que representa el 37% del total, 12 notas sobre el patrimonio en su mayoría edificaciones, con un 6%. Se encontraron 4 notas con temas relacionados a la religión, lo que representa un 2%, 27 en las que se habló de artesanías relacionadas a la elaboración de monigotes con un 13%, y 61 sobre festividades como pases del niño, ferias taurinas, carnaval, con el 30%. Para finalizar las notas, clasificadas dentro de otros temas tratados, como ferias de universidades, historia y personajes corresponde al 12%. Con estos resultados se pudo establecer que el tema más presente en el discurso de los gestores culturales en el diario *La Prensa* fue, el arte a través de todos sus subgéneros como las artes plásticas, el cine, la danza, etc. y le siguen los temas de festividades, como carnaval, feria taurina y pases del niño. Los temas menos tratados son aquellos relacionados a la religión y al patrimonio.

Tabla 12. Temas tratados en las publicaciones del diario Los Andes sobre gestores culturales.

Diario <i>Los Andes</i>					
¿Qué dice?					
Arte (artes plásticas, cine, danza, exposiciones)	Patrimonio (edificaciones)	Religión	Artesanías (monigotes)	Festividades (fiestas de las ciudades, carnaval, pases del niño, reinados, feria taurina)	Otros
132	15	0	7	44	57
Total					
255					

Fuente: Diario *Los Andes*.

Elaboración: Propia.

Gráfico 4. Temas tratados en las publicaciones del diario Los Andes sobre gestores culturales.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Al haber analizado los temas tratados con respecto a la representación de los gestores culturales en el discurso de los medios impresos de Riobamba, en *Los Andes*, se obtuvo que de un total de 255 notas: en 132 de ellas se habló de arte con sus subgéneros (artes plásticas, cine, danza, exposiciones), lo que representa el 52% del total, 15 fueron notas sobre el patrimonio en su mayoría edificaciones, con un 6%. Se encontraron 0 notas con temas relacionados a la religión, lo que representa un 0%, 7 en las que se habló de artesanías relacionadas a la elaboración de monigotes con un 3% y 44 sobre festividades como pases del niño, ferias taurinas, carnaval, etc. con el 17%. Para finalizar las 57 notas, clasificadas dentro de otros temas tratados, como ferias de universidades, historia y personajes corresponden al 22%. Con estos resultados se estableció que el tema más presente en el discurso de los gestores culturales en el Diario *Los Andes* fue, el arte a través de todos sus subgéneros como las artes plásticas, el cine, la danza, etc. y le siguen los temas de festividades, como carnaval, feria taurina y pases del niño. Los temas menos tratados fueron aquellos relacionados a la religión y al patrimonio.

4.1.1.3 Intencionalidad

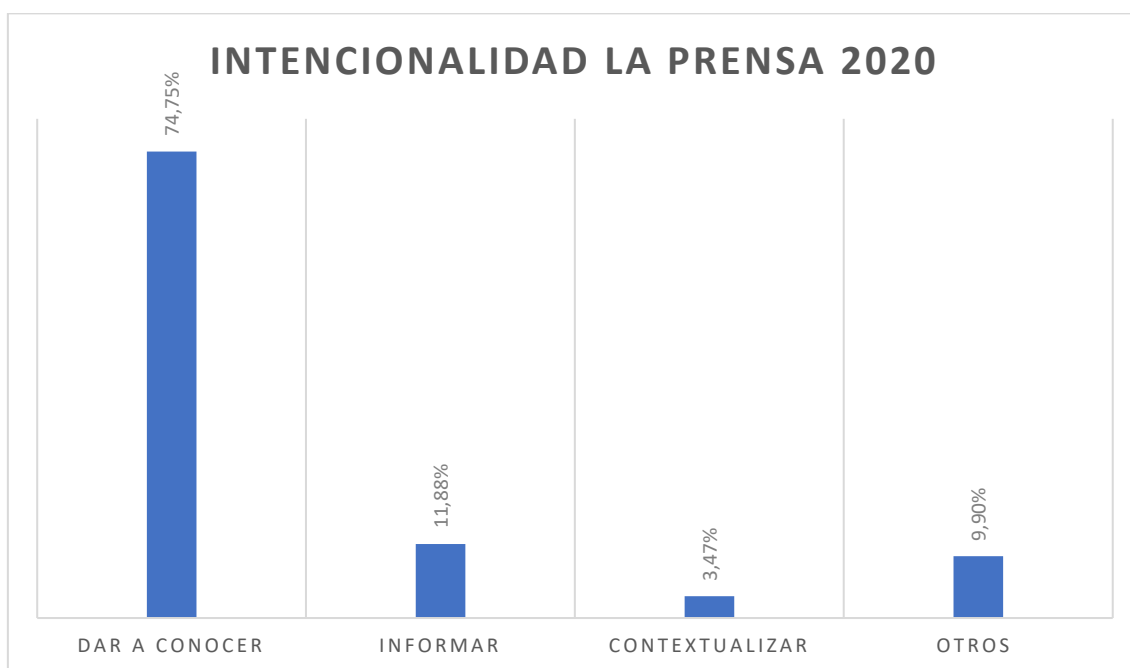
Tabla 13. Intencionalidad de las publicaciones del diario *La Prensa* sobre gestores culturales.

Diario <i>La Prensa</i>			
Intencionalidad			
DAR A CONOCER	INFORMAR	CONTEXTUALIZAR	Otros
151	24	7	20
Total			
202			

Fuente: Diario *La Prensa*.

Elaboración: Propia.

Gráfico 5. Intencionalidad de las publicaciones del diario *La Prensa* sobre gestores culturales.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Después de haber analizado la intencionalidad en las publicaciones sobre la representación de los gestores culturales en el discurso del diario *La Prensa*, de un total de 202 publicaciones se han encontrado: 151 "dar a conocer" que representa el 74,75% en el que se entregó información con la finalidad de comunicar sobre la temática. Se han encontrado 24 "informar" que representa el 11,88% donde la información se trató de una manera más formal. En "contextualizar" fueron 7 publicaciones que representan el 3,47% donde se explicaba las situaciones de una manera más detallada y 20 publicaciones de

“otros” que representa el 9,90%. Con estos resultados se puede establecer que dar a conocer e informar sobre temas de gestores culturales en el medio fue la intencionalidad que más predominó frente a contextualizar y a otros propósitos de las publicaciones.

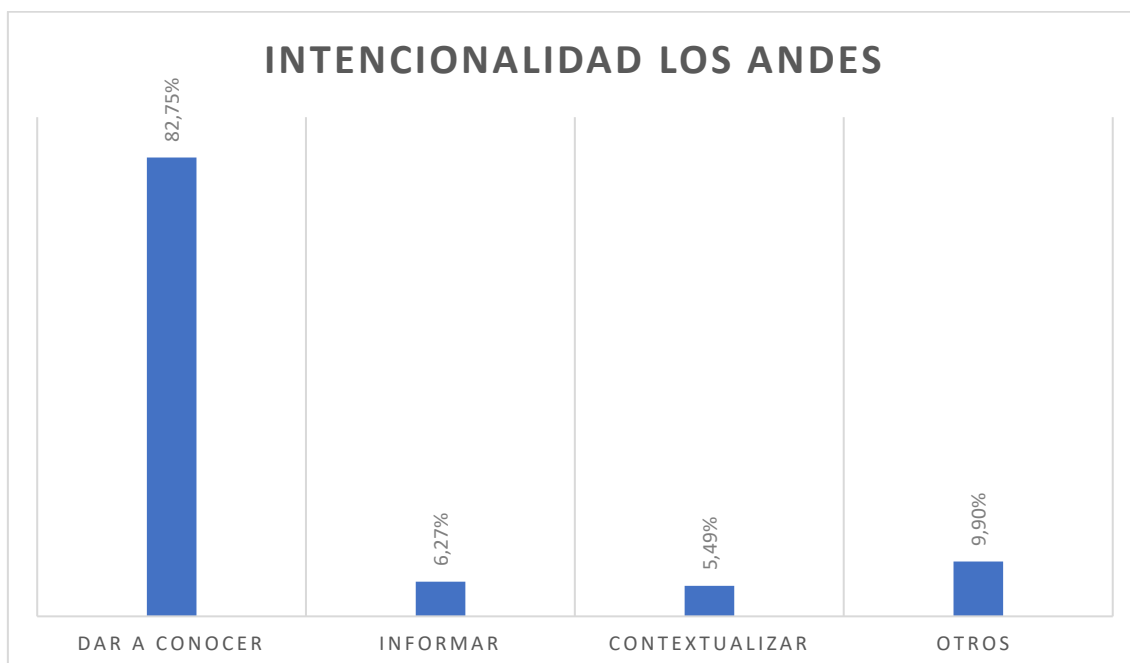
Tabla 14. Intencionalidad de las publicaciones del diario Los Andes sobre gestores culturales.

Diario Los Andes			
Intencionalidad			
DAR A CONOCER	INFORMAR	CONTEXTUALIZAR	OTROS
211	16	14	14
Total			
255			

Fuente: Diario Los Andes.

Elaboración: Propia.

Gráfico 6. Intencionalidad de las publicaciones del diario Los Andes sobre gestores culturales.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Después de haber analizado la intencionalidad en las publicaciones sobre la representación de los gestores culturales en el discurso del Diario *Los Andes* de un total de 255 publicaciones se han encontrado: 211 “dar a conocer” que representa el 82,75% en el que se entregó información con la finalidad de comunicar sobre la temática. Se han encontrado 16 “informar” que representa el 6,27% donde la información se trató de una

manera más formal. En "contextualizar" fueron 14 publicaciones que representan el 5,49% donde se explicaba las situaciones de una manera más detallada y 14 publicaciones de "otros" que representa el 9,90%. Con estos resultados se puede establecer que dar a conocer e informar sobre temas de gestores culturales en el medio fue la intencionalidad que más predominó frente a contextualizar y a otros propósitos de las publicaciones.

4.1.2. Resultado de entrevistas semiestructuradas

Tabla 15. Criterios de los expertos sobre los temas tratados en las entrevistas semiestructuradas.

Categorías				
Entrevistados	Gestión cultural	Cobertura sobre gestores culturales	Medios impresos	Pandemia
Christian Gaibor	La gestión cultural es el proceso de difundir, de salvaguardar los procesos que generan los artistas, a su vez informar a la ciudadanía, al público justamente que se está haciendo dentro del arte, crear espacios para que se dé a conocer el movimiento artístico ya sea local o global.	No podemos hablar de que el artista pasa el pincel y gol no, por eso tenemos nosotros el comentarista para fútbol, uno para básquet, uno para box, y lo mismo tiene que haber una persona, un periodista, un gestor cultural, que hable específicamente sobre el arte.	Nosotros estamos muy conscientes que los medios impresos de Riobamba son tan malos, que tienen tantas malas faltas de ortografía, composiciones muy malas, y la gente realmente lo único que hace es no lee.	En estos dos años todos los artistas nos hemos convertido en nuestros propios generadores de espacios, ya sea virtuales o físicos, somos nuestros propios productores de música, de video, de fotografía y generamos estos espacios, nos juntamos ya con artistas sin necesidad de tener una persona que sea intermediaria

				o gestor cultural.
Cinthy Chanatasig	Para mi engloba un todo, desde las personas hasta la gastronomía, la infraestructura hablando de temas ya de las ciudades, todo eso para mí debería ser considerado dentro de la cultura y lo que hay que cuidar.	Todos los periodistas estamos aptos para hacer diferentes coberturas, no hay específicamente alguien que cubra temas culturales que por lo general se manejan en las páginas de actualidad o de región.	Hay temas que se lo van creando en las reuniones de planificación y redacción... lo único fortuito y lo que no se planifica son las cuestiones de accidentes, pero de ahí los demás temas si son planificados.	Como periodista se anuncia una actividad para que la gente ya no esté solo de manera presencial, sino que ahora se lo haga por otras plataformas alternativas para poder estar presentes, y vivir tal vez esas emociones, pero a través de una pantalla, eso es lo que ha cambiado.
Brígida San Martín	Gestionar significa desarrollar todo un proceso y un proyecto, que permite de buena manera sustentar, de la mejor manera, cada una de las actividades, que permitan acrecentar el nivel cultural	Yo sí creo que se necesita un periodismo especializado en el área de cultura ¿por qué especializado? porque primero contará con las herramientas y el conocimiento para poder desarrollar un mensaje, que sea asequible, que	Un medio de comunicación que no esté considerando la importancia cultural, está obviando los puntos principales para la buena formación del conocimiento del ser humano, una sociedad con conocimiento	La cultura es la que más sintió y siente el efecto de la pandemia, porque fueron los primeros en cerrar teatros y escenarios, salas de cine, salas de danza, conciertos, salas de ópera, y serán

	de una población, que permita, por una parte, y mantener una intensidad clara de quienes somos de dónde venimos, hacia dónde vamos, pero también, de alguna manera motivar una mayor apreciación por cada una de las expresiones estéticas.	sea comprensible.	es difícilmente manipulable o sobornable.	los últimos en abrirse... sin embargo, se dio y en buena medida, el telearte.
--	---	-------------------	---	---

Fuente: Elaboración propia.

4.1.3. Resultado de rasgos de representación

Tabla 16. Número de gestores culturales, ámbito y procedencia de las publicaciones del diario *La Prensa* sobre gestores culturales.

Gestores culturales <i>La Prensa</i>												
Número de Gestores	Ámbito								Procedencia			
	Artes cinematográficas y audiovisuales	Artes literarias, narrativas y producción editorial	Artes musicales y sonoras	Artes plásticas y visuales	Artes vivas y escénicas	Diseño y artes aplicadas y artesanías	Patrimonio cultural	Otro	Riobamba	Chimborazo	Resto del país	Resto del mundo
438	30	34	121	37	37	27	43	109	210	58	134	36
Total												
202												

Fuente: Diario *La Prensa*.

Elaboración: Propia.

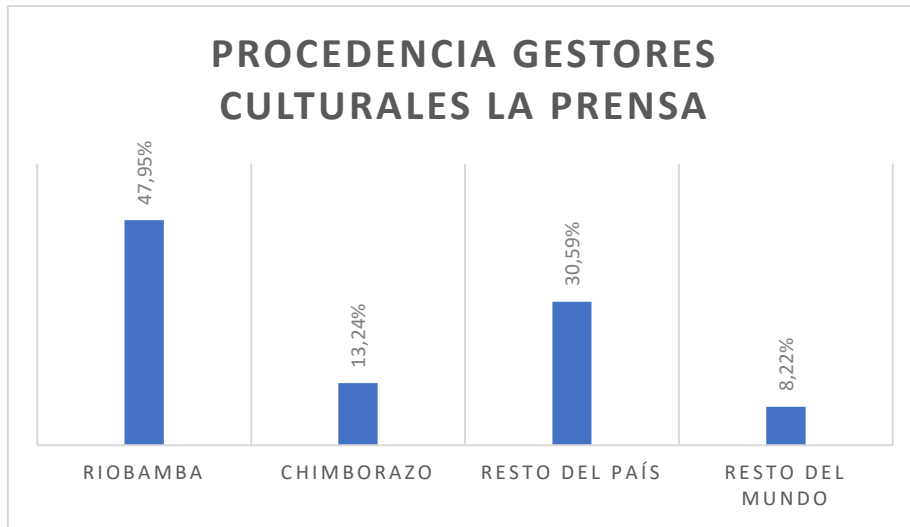
Gráfico 7.Ámbito de los gestores culturales en las publicaciones del diario La Prensa.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De los 438 gestores culturales encontrados en diario *La Prensa*, se obtuvo que: 30 de ellos pertenecen al campo de las artes cinematográficas y audiovisuales, representando un 7% del total, 34 ejercen artes literarias, narrativas y producción editorial con un 8%. A las artes musicales y sonoras se dedican 121 gestores, lo cual corresponde al 28%, 37 pertenecen a las artes plásticas y visuales con un 8% al igual que a las artes vivas y escénicas que también tienen un 8%. Con respecto al ámbito del diseño, artes aplicadas y artesanías se encontraron 27 gestores culturales con un 6%. En el campo del patrimonio cultural son 43 los personajes hallados con una representación del 10%. Para finalizar, los 109 gestores culturales, clasificados dentro la categoría otros, se lleva el 25% del total. Con el análisis de estos resultados se estableció que los gestores culturales con mayor presencia dentro del diario *La Prensa*, son aquellos que ejercen el campo de las artes musicales y sonoras. Seguidos de aquellos clasificados en la categoría otros y los que se dedican al tratamiento del patrimonio cultural. Quienes tienen menor presencia son los del área de artes cinematográficas y audiovisuales.

Gráfico 8. Procedencia los gestores culturales en las publicaciones del diario La Prensa.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De los 438 gestores culturales encontrados en diario *La Prensa*, se analizó la procedencia de estos, encontrando que: 210 de ellos pertenecen a la ciudad de Riobamba, lo que representa el 47,95% del total, 58 de los gestores encontrados proceden de otros cantones de la provincia de Chimborazo, con un 13,24%. En el resto del país se encuentra el 30,95% con 134 gestores y en el resto del mundo con el 8,22% tenemos a 36 de ellos. Con estos resultados se estableció que la mayoría de los gestores culturales representados en el discurso de *La Prensa* con el 47,95% provienen de la ciudad de Riobamba, así mismo se da importancia a gestores culturales del resto del país, mientras que en minoría se da a conocer a personajes del resto del mundo.

Tabla 17. Número de gestores culturales, ámbito y procedencia de las publicaciones del diario Los Andes sobre gestores culturales.

Gestores culturales Los Andes												
Número de Gestores	Ámbito								Procedencia			
	Artes cinematográficas y audiovisuales	Artes literarias, narrativas y producción editorial	Artes musicales y sonoras	Artes plásticas y visuales	Artes vivas y escénicas	Diseño y artes aplicadas y artesanías	Patrimonio cultural	Otro	Riobamba	Chimborazo	Resto del país	Resto del mundo
422	30	21	148	48	25	10	12	134	124	50	187	61
Total												
255												

Fuente: Diario Los Andes.

Elaboración: Propia.

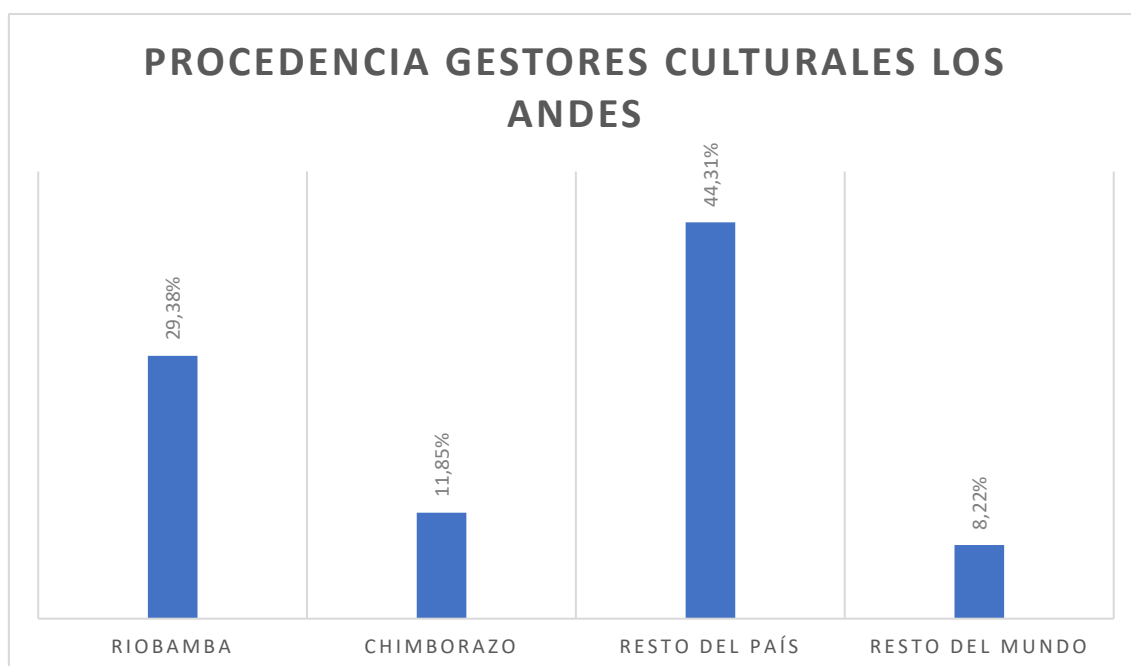
Gráfico 9. Ámbito de los gestores culturales en las publicaciones del diario Los Andes.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De los 422 gestores culturales encontrados en Diario *Los Andes*, se obtuvo que: 30 de ellos pertenecen al campo de las artes cinematográficas y audiovisuales, representando un 7% del total, 21 ejercen artes literarias, narrativas y producción editorial con un 5%. A las artes musicales y sonoras se dedican 148 gestores, lo cual corresponde al 35%. 48 pertenecen a las artes plásticas y visuales con un 11%. En el ámbito de las artes vivas y escénicas tenemos 25 gestores que corresponde a un 6%. Con respecto al ámbito del diseño, artes aplicadas y artesanías se encontraron 10 gestores culturales con un 2%. En el campo del patrimonio cultural son 12 los personajes hallados con una representación del 3%. Para finalizar, los 134 gestores culturales, clasificados dentro la categoría otros, se lleva el 31% del total. Con el análisis de estos resultados se estableció que los gestores culturales con mayor presencia dentro del diario *Los Andes*, son aquellos que ejercen en el campo de las artes musicales y sonoras. Seguidos de aquellos clasificados en la categoría otros y los que se dedican al tratamiento del patrimonio cultural. Quienes tienen menor presencia son los del área del diseño y artes aplicadas y artesanías.

Gráfico 10. Procedencia los gestores culturales en las publicaciones del diario *Los Andes*.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De los 422 gestores culturales encontrados en Diario *Los Andes*, se analizó la procedencia de estos, encontrando que: 124 de ellos pertenecen a la ciudad de Riobamba, lo que representa el 29,38% del total, 50 de los gestores encontrados proceden de otros cantones de la provincia de Chimborazo, con un 11,85%. En el resto del país se encuentra el 44,31% con 187 gestores y en el resto del mundo con el 8,22% tenemos a 61

de ellos. Con estos resultados se estableció que la mayoría de los gestores culturales representados en el discurso de *Los Andes* con el 44,31%, provienen de otros lugares del país, mientras que una minoría son personajes extranjeros, repartidos por el resto del mundo.

4.2. Discusión de resultados

En este capítulo se discuten los resultados de la revisión bibliográfica, análisis de contenido, entrevistas semiestructuradas y los rasgos de representación de los gestores culturales obtenidos de los diarios *La Prensa* y *Los Andes* de Riobamba.

4.2.1. Revisión bibliográfica

En la revisión bibliográfica realizada en los diarios *La Prensa* y *Los Andes* se encontró 457 publicaciones con referencia a gestores culturales de las 835 investigadas referentes a cultura, en el que se evidenció que el menor número de publicaciones en los dos diarios fueron en abril, mayo y junio. Para (Bejarano & Aguagallo, 2014) es importante tener en consideración el papel de la comunicación en la gestión cultural como un proceso que conlleva estrategias para enfocarse en los actores culturales y su interés por el desarrollo cultural en el contexto en el que se desenvuelve. Asimismo, estas estrategias deben estar orientadas a no descuidar la condición mediadora de manera profesional en los medios de comunicación, que conlleve planificación y no una comunicación discontinua e improvisada.

4.2.2. Análisis de contenido

En el análisis de contenido los géneros periodísticos usados en los diarios *La Prensa* y *Los Andes* sobre gestores culturales fueron en su mayoría notas informativas, con un total de 315, seguido de 95 crónicas, 17 reportajes, 13 entrevistas, 7 editoriales, 5 columnas y 3 comentarios. En una investigación de (Cruz & Rosero, El periodismo cultural en la prensa escrita y la televisión del Ecuador, 2012) sobre el periodismo cultural en la prensa escrita del Ecuador se evidenció que las noticias, las notas breves, que son parte del género informativo son más frecuentes que los géneros interpretativos y de opinión, lo que genera cuestionamientos acerca del equilibrio de información que se maneja en los medios por la posible falta de interés por profundizar estos temas. Al contrario, si estos temas se trataran de manera equitativa existiría un verdadero análisis y debate del relato cultural.

En los temas tratados de las publicaciones en los dos diarios se abordó sobre los gestores culturales en publicaciones de las categorías: 206 Arte, 27 en la categoría Patrimonio, 4 Religión, 35 Artesanías, 105 Festividades, y 81 en otros. De acuerdo con (Fernández, 2010) el periodismo cultural antes transmitía temas como artes plásticas, literatura y música, pero con el tiempo asumió otros contenidos referentes a la historia, filosofía y pensamiento humano. Esto ha generado que el periodista se comprometa a asumir roles de investigador, jerarquizador y redactor de la información cultural con un tratamiento periodístico definido para cada uno de estos espacios.

Con respecto a la intencionalidad de las publicaciones, los dos diarios en la categoría Dar a conocer se evidenció 362 de estas, en Informar fueron 40 publicaciones, en Contextualizar 21 y en Otros, 34 publicaciones. (Rios & Velasco, 2004) recomienda que un periodista debe hacer frente a lo cultural destacando la información en géneros que resalten las características de la cultura y el arte como por ejemplo: la crítica para exponer

una obra en la que el periodista digiera la información y sea más entendible para el lector; la reseña con el objetivo de que se describan contextos, realidades, eventos, lo más cercano posible a la vivencia real; la crónica para detallar un acontecimiento cultural y las columnas como género que aporte a informar lo que está sucediendo en la actualidad en la cultura y el arte.

4.2.3. Entrevistas

Para Christian Gaibor, gestor cultural dedicado a las artes plásticas destacó la importancia de que los medios impresos tengan un periodista especializado que se encargue solo de temas referentes a la cultura y a los gestores culturales, pues según (Salla, 2015) un periodista especializado cuenta con una cualificación laboral, práctica y de entendimiento apto para construir información en un área específica, con características distintivas de un profesional dotado en temas específicos que implican una información más completa y minuciosa.

Cintha Chanatasig, periodista del diario *La Prensa* hizo énfasis en que los periodistas están capacitados para abordar diferentes temas en las coberturas por los medios impresos, sin embargo, (Buitrón & Astudillo, 2005) manifiesta que si se quiere alcanzar un equilibrio informativo en estos temas es necesario que al menos se escojan a dos expertos y que no cumplan ese papel de todólogos para que la información no sea filtrada desde la subjetividad, ya que la sociedad lo que busca es recibir pedagogía específica en los temas tratados.

Brígida San Martín, investigadora cultural y docente señaló la importancia de que un medio impreso hable de cultura y gestores culturales para la formación educativa del ser humano, en este sentido uno de los autores citados como es la (UNESCO,2014) dice que la comunicación y la cultura dependen una de la otra de manera equitativa, pues de esta forma para que la cultura se edifique, progrese y se dé a conocer es necesario que la comunicación esté presente, porque los dos términos difunden información con el objetivo de construir entornos para el desarrollo social.

4.2.4. Rasgos de representación

En Diario *La Prensa* se contabilizaron 438 gestores culturales, de los cuales en el ámbito de las artes cinematográficas y audiovisuales fueron 30, en las artes literarias, narrativas y producción editorial fueron 121, en artes plásticas y visuales se encontraron 37 al igual que en artes vivas y escénicas, 27 en diseño y artes aplicadas y artesanías, 43 en patrimonio cultural y 109 en otro. Del total de gestores culturales, 210 corresponden a Riobamba, 58 a Chimborazo, 134 al resto del país y 36 al resto del mundo.

En Diario *Los Andes* se encontraron 422 gestores culturales, 30 de artes cinematográficas y audiovisuales, 21 de artes literarias, narrativas y producción editorial, 148 de artes musicales y sonoras, 48 de artes plásticas y visuales, 25 de artes vivas y escénicas, 10 de diseño y artes aplicadas y artesanías, 12 de patrimonio cultural y 134 otros. De todos los gestores culturales, 124 fueron de Riobamba, 50 de Chimborazo, 187 del resto del país y 61 del resto del mundo.

Con esto se puede establecer que existe mayor visibilidad de los gestores culturales de Riobamba en Diario *La Prensa*, mientras que en *Los Andes* se enfocan más en los gestores culturales del resto del país. Por consiguiente, en el documento proporcionado por medio de correo electrónico del Registro de Actores y Gestores Culturales (RUAC) registró que en el 2020 existieron 149 de estos actores, lo que quiere decir que en estos dos medios impresos los gestores culturales registrados en el RUAC de Riobamba debieron ser nombrados al menos en una ocasión.

Aun así, en las publicaciones de Diario *La Prensa* se registraron que los gestores culturales más nombrados fueron: Guillermo Montoya con 13 publicaciones, Baltazar Ushca con 6 publicaciones, Pablo Luis Narváez, Juan Fernando Velasco y Patricio Yucta con 5 publicaciones. En cambio, en Diario *Los Andes* los gestores culturales que más se nombraron fueron: Edwin Chávez con 11 publicaciones, Víctor García con 7, Ivonne Ronquillo y Patricio Zárate con 6, Guillermo Montoya con 5, por último, Pablo Luis Narváez y Anangelly Arias con 4 publicaciones. De esta manera, en los dos diarios se evidenció que los representantes de la cultura y gestores culturales de Riobamba en común más nombrados fueron Guillermo Montoya, presidente de la Casa de la Cultura Benjamín Carreón- Núcleo de Chimborazo y a Pablo Luis Narváez, director de Cultura del Municipio de Riobamba.

El análisis realizado en los medios impresos del año 2020 a partir del aislamiento producido por la pandemia, muchos países se vieron obligados a entrar en confinamiento. En el caso de Ecuador, la cuarentena inició el 19 de marzo de 2020 y terminó el 13 de septiembre de 2020, lo que provocó que en *La Prensa* las publicaciones de cultura y gestores culturales entre los meses de marzo a septiembre se vieron reducidas. Asimismo, en *Los Andes* no hubo registro de los periódicos físicos de abril y mayo.

Los eventos que se registraron a partir de estos meses en los dos diarios fueron eventos virtuales o eventos con aforos limitados presenciales, que se los transmitían en redes sociales y plataformas. En este contexto, (Libertades informativas, 2020) , al hablar de uno de los editores generales de un periódico nacional, manifestó que los medios impresos se dejaron de imprimir para salvaguardar la salud de los empleados, además de que la impresión implicaba un costo económico alto y una pérdida, ya que se vivía de la venta del diario y su publicidad.

Los medios impresos analizados de Riobamba , *La Prensa* y *Los Andes* se basan en un tratamiento informativo uniforme, conformista y poco profundo en los temas de cultura y gestores culturales, en este sentido la Escuela de Frankfurt critica la manera lineal de la Industria Cultural en los medios de comunicación porque al consumir este tipo de información las personas imitan una forma de actuar y receptar sin tener un feedback significativo en el imaginario colectivo, lo que perjudica al cumplimiento de los roles de los medios como referentes informativos en la sociedad.

CONCLUSIONES

- Una vez identificada la representación de los gestores culturales en el discurso de los medios impresos del 2020 en los diarios *La Prensa* y *Los Andes*, se puede concluir que, la información es deficiente, ya que, aunque sí se nombran a los gestores culturales solo se hace una descripción básica de la información; el tema, el desarrollo, el nombre, actividades de los gestores culturales y en algunos casos la opinión corta del gestor cultural, lo que quiere decir, que no se realiza una investigación previa del tema para que se lo pueda profundizar, esto también debido a que, las personas encargadas de realizar las coberturas en los diarios no son especializadas solo en el tema de cultura y gestores culturales, sino, que todos los periodistas cubren todo tipo de notas periodísticas.
- Con las técnicas e instrumentos utilizados; revisión bibliográfica, análisis de contenidos y entrevistas se concluyó que sí existe cobertura por parte de los medios impresos, puesto que, existieron 835 publicaciones referentes a cultura, de los cuales, 457 fueron enfocadas a gestores culturales, sin embargo, hay una notable decadencia en abril, mayo, y junio esto, debido a que, las festividades más representativas se encontraron en enero, febrero, noviembre y diciembre, sumado a que, la pandemia limitó los distintos eventos sociales y la cobertura de actividades culturales.

RECOMENDACIONES

- Al ser los temas de cultura y gestores culturales la base para el desarrollo de la identidad colectiva, los medios de comunicación impresos deben proyectarse como mediadores entre la realidad-sociedad y exigir periodistas especializados en estos temas que hayan tenido un proceso de formación continuo en la que cuenten con las herramientas y el conocimiento integral con el fin de investigar, interpretar, y difundir la información, generando una cultura de consumo, en donde, los temas de cultura y gestores culturales tengan un impacto mayor y de transcendencia social.
- Se recomienda que los medios impresos reestructuren la planificación referente a todos los contenidos en el que se dé la misma importancia a la cultura con otros temas, esto con el fin de desarrollar un seguimiento y profundizar la información en los meses que se evidencia una decadencia de información cultural. De esta manera, se tendría un equilibrio en las publicaciones y se daría opción al uso de todos los géneros, incluso, en el caso de que se presente una crisis como la de la pandemia ya se tendrían ejes establecidos para el manejo de este tipo de información.

PROPUESTA

La siguiente propuesta fue elaborada como parte del presente Proyecto de Investigación, para lo cual, basándonos en los resultados de la investigación efectuada, se redactó un artículo científico titulado "LOS GESTORES CULTURALES DURANTE LA PANDEMIA: CASO MEDIOS IMPRESOS DE RIOBAMBA AÑO 2020" con los parámetros establecidos en la Revista *Kairós*.

Este documento tuvo como objetivo analizar el tratamiento de la información referente a los gestores culturales en los diarios *La Prensa* y *Los Andes* del 2020, en el contexto de la pandemia.

Por consiguiente, se muestra las capturas del envío del archivo a *Kairós*.

Kairós. Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas

— Volver a Enviar

1. Inicio 2. Cargar el envío 3. Introducir los metadatos 4. Confirmación 5. Sigüentes pasos

Idioma del envío
Español (España) ▼
Se aceptan envíos en varios idiomas. Elige el idioma principal del envío desde el menú desplegable de arriba. *

Sección
Artículos ▼
Selección de sección solicitado para el envío con Secciones y Política de Acceso de la revista. *

Requisitos de envío
Antes de continuar debe leer y confirmar que ha completado los requisitos siguientes.

- El envío no ha sido publicado previamente ni se ha sometido a consideración por ninguna otra revista (o se ha proporcionado una explicación al respecto en los Comentarios al editor/ál).
- El archivo del manuscrito NO contiene los nombres de los autores ni demás datos personales.
- El archivo de envío está en formato Microsoft Word.
- Siempre que sea posible, se proporcionan direcciones URL para las referencias.
- El texto tiene marcadas las secciones: Resumen, Introducción, Desarrollo, Conclusión, Bibliografía y Anexos.

Kairós. Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas

— Volver a Enviar

Enviar un artículo

1. Inicio 2. Cargar el envío 3. Introducir los metadatos 4. Confirmación 5. Sigüentes pasos

Archivos

ARTICULO CIENTIFICO.docx

Añadir archivo

Ver artículo Editar Eliminar

Guardar y continuar Cancelar

Kairós. Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas

— Volver a Inicio

Autoría y colaboradores/as			Ordenar	Añadir colaborador/a
Nombre	Correo electrónico	Rol	Correo principal	El tipo de rol asignado
Emilia Romo	emilia.romo@unach.edu.ec	Autor/a	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Ramiro Galdames Ruales Pareño	rmales@unach.edu.ec	Autor/a	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Metadatos de envío
 Estos especificaciones se basan en el conjunto de metadatos Dublin Core, un estándar internacional utilizado para describir el contenido de una revista.

Tipo
 Texto

El tipo de envío puede ser de "Imagen", "Texto" o otros archivos multimedia entre los que se incluyen "Software" y "Interactivo". Elija el que sea más pertinente para su envío. Pueden encontrarse ejemplos en <https://doi.org/10.24303/revista.unach.v20n1.121> <https://doi.org/10.24303/revista.unach.v20n1.122>

Mejoras adicionales
Idiomas
 Añada más información al envío. Pulse "Inicio" después de cada término.

Español

Kairós. Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas

— Volver a Inicio

Enviar un artículo

1. Inicio 2. Cargar el envío 3. Introducir los metadatos 4. Confirmación 5. Sigüientes pasos

Se ha subido su envío y ya está listo para ser enviado. Puede volver atrás para revisar y ajustar la información que desea antes de continuar. Cuando esté listo haga clic en "Finalizar envío".

Kairós. Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas

— Volver a Inicio

Enviar un artículo

1. Inicio 2. Cargar el envío 3. Introducir los metadatos 4. Confirmación 5. Sigüientes pasos

Envío completo

Gracias por su interés por publicar con Kairós. Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas.

¿Y ahora qué?

La revista ha sido notificada acerca de su envío y se le enviará un correo electrónico de confirmación para sus registros. Cuando el editor haya revisado el envío, se contactará con usted.

Por ahora, usted puede:

- Revisar este envío
- Crear un nuevo envío

[KAIRÓS] Acuse de recibo del envío



Diego Enrique Pinilla Rodríguez <dpinilla@unach.edu.ec>



Mié 9/3/2022 10:54

Para: Emilia Francisca Romo Romero

Emilia Romo:

Gracias por enviar el manuscrito "EL LOS GESTORES CULTURALES DURANTE LA PANDEMIA: CASO MEDIOS IMPRESOS DE RIOBAMBA AÑO 2020." a Kairós. Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas. Con el sistema de gestión de publicaciones en línea que utilizamos podrá seguir el progreso a través del proceso editorial tras iniciar sesión en el sitio web de la publicación:

URL del manuscrito:

<https://kairos.unach.edu.ec/index.php/kairos/authorDashboard/submission/234>

Nombre de usuario/a: emilia98

Si tiene alguna duda puede ponerse en contacto conmigo. Gracias por elegir esta editorial para mostrar su trabajo.

Diego Enrique Pinilla Rodríguez

[Kairós. Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas](#)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguado, J. (2004). Introducción a las teorías de la comunicación y la información. *Dialnet*, 1-251. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=248730>
- Aigeneren, M. (2009). Análisis de contenido: una introducción. *UdeA*, 1-52. Obtenido de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/view/1550/1207>
- Báez, C. (2000). *La comunicación efectiva*. Santo Domingo: Insituto Tecnológico de Santo Domingo. Obtenido de https://books.google.es/books?id=dKetaOIuV_sC&dq=qu%C3%A9+es+comunicaci%C3%B3n&lr=&hl=es&source=gbp_navlinks_s
- Bayardo, R. (2009). Los gestores culturales: nuevos profesionales en el sector cultural. *Summa Humanitatis*, 1-16. Obtenido de https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/summa_humanitatis/article/view/2327
- Bejarano, E., & Aguagallo, Y. (2014). *Observatorio Cultural*. Obtenido de La comunicación como estrategia de gestión de los procesos culturales: <https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/64/La%20comunicaci%C3%B3n%20como%20estrategia%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20los%20procesos%20culturales..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Benaissa, S. (2019). Medios impresos versus digitales: de la agónica lectura de periódicos a los nuevos consumos de información digital. *El Argonauta español*, 1-16. Obtenido de <https://journals.openedition.org/argonauta/3855>
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe: Free Press. Obtenido de https://books.google.com.ec/books/about/Content_Analysis_in_Communication_Resear.html?id=f10dAAAAIAAJ&redir_esc=y
- Bernárdez, J. (2003). *Observatorio Iberoamericano de Cultura*. Obtenido de La profesión de la gestión cultural: definiciones y retos: https://oibc.oei.es/uploads/attachments/77/La_profesi%C3%B3n_de_la_Gesti%C3%B3n_Cultural_Definiciones_y_retos_-_Jorge__Bernardez.pdf
- Buitrón, R., & Astudillo, F. (2005). *Biblioteca Flacso Ecuador*. Obtenido de Periodismo por dentro: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/42051.pdf>
- Campos, C. (2020). Aplicando el método científico. *Dspace*, 1-49. Obtenido de <https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/17183/CAMPOS%20MIRANDA%20CARMEN%20EMILIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carbajal, Y., Contreras, V., Fuertes, L., Saavedra, J., & Vasquez, A. (2019). *Universidad San Martín de Porres*. Obtenido de Metodología de la Investigación:

<https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2020-I/MANUALES/II%20CICLO/METODOLOGIA%20DE%20INVESTIGACION.pdf>

Carranza, M. (2013). Comunicación y cultura: forjando identidades. *Pangea*, 41-55. Obtenido de <https://revistapangea.org/index.php/revista/article/view/74/66>

Casa de la Cultura Benjamín Carrión. (2019). *Casa de la Cultura Benjamín Carrión*. Obtenido de Historia: <https://casadelacultura.gob.ec/postchimborazo/historia/>

Castillo, S. (2014). *BURJC Digital*. Obtenido de Géneros informativos e interpretativos en prensa: https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/12192/TFG_CastilloFern%C3%A1ndezSusana_Febrero_13-14.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2011). *Observatorio Latinoamericano de Gestión Cultural*. Obtenido de Guía introducción a la gestión e infraestructura de un centro cultural comunal: <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/634/guia-para-la-gestion-de-proyectos-culturales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2012). *Herramientas para la Gestión Cultural Local*. Santiago de Chile. Obtenido de <https://comunidadcreativalosrios.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2020/10/gestion.cultural.pdf>

Coral, D. (2016). *Universidad El Bosque*. Obtenido de Hacer una revisión bibliográfica: <https://lpl.unbosque.edu.co/wp-content/uploads/09-Guia-Revisio%CC%81n-bibliografica.pdf>

Cordero, L. (2018). La comunicación como proceso cultural. Pistas para el análisis. *Scielo*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/reds/v6n3/2308-0132-reds-6-03-e13.pdf>

Cordero, L. (2018). La comunicación como proceso cultural. Pistas para el análisis. *Scielo*, 1-13. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/reds/v6n3/2308-0132-reds-6-03-e13.pdf>

Correa, J. (2018). *Dspace*. Obtenido de Análisis de contenidos de la sección cultural de los medios impresos: diario Crónica y diario La Hora período de estudio enero-marzo 2016.: <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/20559/1/TESIS%20JUAN%20GABRIEL%20CORREA%20SALAZAR.pdf>

Costa, M., & Maldonado, J. (2018). Diseño avanzado de medios impresos: revistas. *UNECT Universidad Virtual*, 1-169. Obtenido de <https://moodle.unect.com.mx/Antologia/Maestrias/MDEA04.pdf>

- Cruz, P., & Rosero, S. (2012). El periodismo cultural en la prensa escrita y la televisión del Ecuador. *Dialnet*, 1-13. Obtenido de [file:///C:/Users/INTEL%202021/Downloads/Dialnet-ElPeriodismoCulturalEnLaPrensaEscritaYLaTelevision-5896225%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/INTEL%202021/Downloads/Dialnet-ElPeriodismoCulturalEnLaPrensaEscritaYLaTelevision-5896225%20(1).pdf)
- Cruz, P., & Rosero, S. (2012). El periodismo cultural en la prensa escrita y la televisión del Ecuador. *Dailnet*, 183-195. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5896225>
- Cuya, P. (s.f). *Scrib*. Obtenido de Medios Impresos: <https://es.scribd.com/document/429061125/Medios-Impresos>
- Del Sol, L., Tejada, E., & Mirabal, J. (2017). Los métodos teóricos: una necesidad de conocimiento en la investigación científico-pedagógica. *Scielo*, 250-253. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/edu/v9n4/edu21417.pdf>
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Scielo*, 162-167. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v2n7/v2n7a9.pdf>
- Enguita, J. (2014). Teoría crítica (1930-1950) de la filosofía social a la interpretación genealógica de la modernidad. *Redalyc*, 41-69. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3212/321231285002.pdf>
- Fernández, L. (2010). El tratamiento periodístico en la sección cultural. *Redalyc*, 235-239. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99315569008.pdf>
- Folgueiras, P. (2016). La entrevista. *Dspace*. Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>
- Frankenberg, G. (2011). Teoría crítica. *Academia*, 67-84. Obtenido de http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/rev_academia/revistas/17/teoria-critica.pdf
- Garachana, M. (2013). *Diccionari de lingüística*. Obtenido de Discurso: <http://www.ub.edu/diccionarilinguistica/print/5514>
- García, A., & Miguel Ángel, G. (2014). Discurso, poder e instituciones. *Dialnet*, 19-25. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4733815>
- Gávez, A. (2002). *Federación de Asociaciones de Matronas de España*. Obtenido de Revisión bibliográfica: usos y utilidades: <https://www.federacion-matronas.org/wp-content/uploads/2018/01/vol3n10pag25-31.pdf>
- Ghignoli, A., & Montabes, Á. (2014). La traducción y los géneros periodísticos. *Revistas UdeA*, 386-400. Obtenido de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/mutatismutandis/article/view/19664/1741>

- Giraldo, C., Naranjo, S., Tovar, E., & Córdoba, J. (2008). *Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano*. Bogotá: Universidad Jorge Tadeo Lozano. Obtenido de Teorías de la comunicación: https://books.google.com.ec/books?id=2fZNEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Gomes, C., & Ribeiro, E. (2009). ANÁLISIS DE CONTENIDO EN INVESTIGACIONES QUE UTILIZAN LA METODOLOGÍA CLÍNICO-CUALITATIVA: APLICACIÓN Y PERSPECTIVAS. *Scielo*. Obtenido de <https://www.scielo.br/j/rlae/a/ncc5MZ9hYGGhQXDgXW7sVnb/?format=pdf&lang=es>
- González, J. (2018). Medios de comunicación impresos y su incidencia en la recuperación de la cultura montubia del cantón Palenque provincia de Los Ríos. *Dspace*, 1-53. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/5260/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000047.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Grossberg, L. (2003). Identidad y estudios culturales: ¿no hay nada más que eso?. Cuestiones de identidad cultural. 148 -180. Obtenido de <http://www.ramwan.net/restrepo/modernidad/grossberg-identidad%20y%20eccsl.pdf>
- Guardia de Viggiano, N. (2009). *Lenguaje y Comunicación*. San José: Editorama S.A. Obtenido de https://ceccsica.info/sites/default/files/content/Volumen_25.pdf
- Guix, J. (2008). El análisis de contenidos: ¿qué nos están diciendo? *Elsevier*, 26-30. Obtenido de <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-calidad-asistencial-256-pdf-S1134282X08704640>
- Guzmán, V. (2016). El periodismo como poder protagonista de cambios sociales. Estudio de casos específicos: Watergate y Wikileaks. *Dspace*, 1-66. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23980/1/tesis.pdf>
- Igartua, J. (2020). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: BOSCH. Obtenido de <http://metodos-comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/219/2020/09/Igartua-Perosanz.pdf>
- Jurado, M. (2019). La sección Cultura hoy: de las descripciones teóricas a la realidad práctica. Estudio de caso de medios impresos en España. *Dialnet*, 142-166. Obtenido de <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1393/pdf>
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Thousand Oaks: SAGE. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=q657o3M3C8cC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Lagunas, D. (2016). El legado del funcionalismo. Limitaciones teóricas y excesos etnográficos. *Revista Española de Sociología*, 241-257. Obtenido de <https://recyt.fecyt.es/index.php/res/article/view/65540/39808>

- Lara, R. (2007). *Flacso Andes*. Obtenido de Configuración de la prensa riobambeña liberal a inicios del siglo XX: https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1259337588.medios_y_cultura_0.pdf
- León, A. (2002). *Estrategias para el desarrollo de la comunicación*. Ciudad de México: Limusa. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=2yXjdKrQh-4C&printsec=frontcover&dq=Estrategias+para+el+desarrollo+de+la+comunicac&hl=es#v=onepage&q=Estrategias%20para%20el%20desarrollo%20de%20la%20comunicac&f=false>
- Libertades informativas. (2020). *Fundamedios*. Obtenido de Medios impresos ecuatorianos colapsan económica y operativamente durante la pandemia: <https://www.fundamedios.org.ec/alertas/periodicos-ecuatorianos-imprimirse-pandemia-lahora/>
- López, J. (2008). Comunicación, cultura y música. *ResearchGate*, 36-44. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/318212846_Comunicacion_cultura_y_musica/link/595d0a3a0f7e9b3aefade619/download
- López, M. (2017). Artistas vs. Vándalos: construcciones binarias desde la prensa comercial. *Revista CS*. Obtenido de https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/revista_cs/article/view/2371/3130
- Manzano, V. (2005). *Universidad de Sevilla*. Obtenido de Introducción al análisis del discurso: <https://personal.us.es/vmanzano/docencia/metodos/discurso.pdf>
- Marín, M. (2021). *Biblioteca Digital Minerva*. Obtenido de Gestores Culturales 4.0 Profesionales Disruptivos Conquistando Tecnologías Emergentes: <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/10606/Mar%c3%adnMar%c3%ada2021.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Mariscal, J. (2006). Formación y capacitación de los gestores culturales. *Redalyc*, 56-73. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/688/68800406.pdf>
- Martinez, C. (2018). Investigación descriptiva: tipos y características. *Liferder*, 1-10. Obtenido de <file:///C:/Users/INTEL%202021/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20Descriptiva.pdf>
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá: Norma. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=dSITRGdycwsC&oi=fnd&pg=PA13&dq=qu%C3%A9+es+periodismo&ots=XjQRU2PASf&sig=dAFuHBh0KXfJJO_fGgCLpTYL5rw#v=onepage&q=qu%C3%A9%20es%20periodismo&f=false
- Meersohn, C. (2005). Introducción a Teun Van Dijk: Análisis de Discurso. *Cinta de Moebio*. *Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, 288-302. Obtenido de <https://cintademoebio.uchile.cl/index.php/CDM/article/view/26075/27380>

- Meersohn, C. (2005). *Universidad de Chile*. Obtenido de Introducción a Teun Van Dijk: Análisis de Discurso: <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/24/meersohn.htm>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2019). *Cultura y Patrimonio*. Obtenido de https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/10/Ruac-1_compressed.pdf
- Moreno, P. (2000). Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional. *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/168/16800509.pdf>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la Investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá: Ediciones de la U. Obtenido de https://books.google.es/books?id=KzSjDwAAQBAJ&dq=que+es+el+metodo+cientifico&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Paoli, A. (1990). *Comunicación e Información, Perspectivas Teóricas*. Ciudad de México: Trillas. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/32960381/Paoli_Antonio_Comunicacion_e_Informacion-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1638328380&Signature=DJpDOUh0PYxrdAc8EKsSam2CCLG0IMFGCV9VAdm2qvbQ2-I2UL-ZB2eyEiGLNr6u1vOOIBRL~w9pyFPId~hVQAmkURbX3X9V4BpRNMWPE~tMJ42ipqd
- Peñaranda, P. (2000). *Scrib*. Obtenido de Sala de prensa: <https://es.scribd.com/document/315100317/Penaranda-Los-Generos-Periodisticos-Que-Son-y-Para-Que-Sirven>
- Pérez, A. (2018). *Universidad Autónoma del Estado de México*. Obtenido de El estructuralismo en comunicación: http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/103617/secme-32666_2.pdf?sequence=2&isAllowed=y#:~:text=El%20estructuralismo%20pretende%20reconstruir%20las,un%20proceso%20de%20comunicaci%C3%B3n%20social.&text=Los%20estructuralistas%20prefieren%20disting
- Pisco, G. (2016). *Dspace udla*. Obtenido de Factores que determinan la composición del contenido en los suplementos culturales en los medios impresos ecuatorianos. Una comparativa entre 'Cartón Piedra' (El Telégrafo), 'Artes' (La Hora) e 'Ideas' (El Comercio) en 2015.: <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/6298/1/UDLA-EC-TPE-2016-19.pdf>
- Ramírez, L. (2007). Discurso y texto de las ciencias sociales como objeto de las ciencias del lenguaje. *Scielo*, 63-70. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/folios/n25/n25a05.pdf>

- Registro Único de Artistas y Gestores Culturales. (s/f). *Registro Único de Artistas y Gestores Culturales*. Obtenido de ¿Qué es el RUAC?: <https://ruac.culturaypatrimonio.gob.ec/index.php>
- Rincón, I. (2010). *Universidad Católica Andrés Bello*. Obtenido de Manual para la Producción de Periódicos y Revistas: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR9505.pdf>
- Rios , A., & Velasco, P. (2004). *Biblioteca Central de la Ucab Guayana*. Obtenido de Tratamiento de la Información Cultural en los Periódicos de Ciudad Guayana: <http://catalogo-gy.ucab.edu.ve/documentos/tesis/aaa6009.pdf>
- Rivadeneira, R. (1997). Comunicación y Cultura. *Scielo*, 98-105. Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/pdf/rcc/n2/a10.pdf>
- Robledo-Dioses, K. (2017). Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión. *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6057561>
- Salla, J. (2015). *Tesisenred*. Obtenido de El periodismo especializado frente al derecho: protección de datos y responsabilidad del periodista: <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/362660/Txsg.pdf?sequence=1>
- Tinto, J. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de orig. *Redalyc*, 135-173. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/555/55530465007.pdf>
- Ulloa, C. (2007). *Comunicación, cultura y desarrollo*. Quito: Quipus. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34596690/Comunicacion_cultura_y_desarrollo-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1638333738&Signature=diaRO51DUjEoC4KAQgtWYOQ3mpEJirv1bQ7SwsBALC1STCwGaaBtZWVlj00SOQtcELWXPm0yIEhSlf6if6rIKTtc5S52ATHdO5Wu8ap3R3yawpNhhOM0EVTRfF
- UNESCO. (2007). *UNESCO*. Obtenido de Plan modelo de estudios de periodismo: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000151209_spa/PDF/151209spa.pdf.multi
- UNESCO. (2014). *UNESCO*. Obtenido de Comunicación: <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Comunicacion.pdf>
- Universidad Insurgentes. (2020). *Scala Higher Education*. Obtenido de Orígenes, evolución y funciones de los medios impresos: https://repositorio.scalahed.com/recursos/files/r171r/w26275w/DisenodeMediosImpresos_Ant_B1_C.pdf

- Universidad Insurgentes. (2020). *Universidad Insurgentes*. Obtenido de Orígenes, evolución y funciones de los medios impresos: https://repositorio.scalahed.com/recursos/files/r171r/w26275w/DisenodeMediosImpresos_Ant_B1_C.pdf
- Valdez, O., Romero, L., & Gómez, Á. (2020). Revisitando la Escuela de Frankfurt: aportes a la crítica de la mercantilización de los medios. *Scielo*, 1-19. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/reds/v8n1/2308-0132-reds-8-01-20.pdf>
- Vidal, E. (2010). Guía práctica para el reportero de radio: la noticia, entrevista y la crónica. *Dspace*, 1-51. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3338/1/TESIS.pdf>

ANEXOS

Datos proporcionados por el Registro de Actores y Gestores Culturales

Estimado/a usuario/a

Le informamos en cuanto a su petición requerida al número de actores y gestores culturales que existe en la ciudad de Riobamba para el año 2021 y 2020 es la siguiente:

VERIFICADOS RUAC	
AÑO	Nro.
2021	102
2020	149

Fuente: DISNC 2021

*Año 2021 noviembre 30

Año Nov. 2021

VERIFICADOS

Artes cinematográficas y audiovisuales	4
Artes literarias, narrativas y producción editorial	1
Artes musicales y sonoras	41
Artes plásticas y visuales	7
Artes vivas y escénicas	44
Diseño y artes aplicadas y artesanías	4
Patrimonio cultural	1
Total general	102

Año 2020

VERIFICADOS

Artes cinematográficas y audiovisuales	13
Artes literarias, narrativas y producción editorial	4
Artes musicales y sonoras	62
Artes plásticas y visuales	10
Artes vivas y escénicas	54
Diseño y artes aplicadas y artesanías	4
Otras	1
(en blanco)	1
Total general	149

Saludos
MCYP-RUAC