



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de Licenciado en Comunicación Social

TEMA:

Contenido de la información que sobre arte contemporáneo se emite a través de los medios digitales El Comercio de Ecuador y El País de España

AUTOR:

Julio Álvarez Palomeque

TUTOR:

Ricardo Tello Carrión

**Cuenca-Ecuador
2013**



Resumen

A diferencia de hace algunos años atrás, ahora se puede acceder a noticias sobre el arte contemporáneo, de varias regiones del mundo, a través de medios digitales. El arte en esta época no tiene linderos y sus prácticas fundamentadas en mecanismos múltiples de producción requieren de un acompañamiento de los medios para que el público se mantenga en contacto con las distintas corrientes y el quehacer de los artistas contemporáneos.

Nos interesa definir el contenido de la información que sobre arte contemporáneo se difunde en dos medios digitales: El Comercio de Ecuador y El País de España, que, de acuerdo con la experiencia del autor de esta investigación, son diarios referentes de los dos países, en el tratamiento del arte contemporáneo al superar en su agenda cultural a otros medios.

La observación permite contrastar entre los periódicos seleccionados las formas de utilización de las herramientas multimedia y los temas que preferentemente se publican relacionados con el arte contemporáneo.

Palabras Claves

Medios digitales, Periodismo 2.0, arte contemporáneo, análisis de contenido.



Abstract

Today it is possible to access news about contemporary art from several regions around the world, through digital media. Nowadays art has no limits and it is based in many production mechanisms. Consequently, it requires help from the media to connect the audience with the wide-ranging artistic currents and the lives of their creators.

The objective of this project is to contrast the information about contemporary art portrayed in two digital media: El Comercio (Ecuador) and El País (Spain). Since the author's experience these media present a larger cultural agenda than other media in their countries.

By means of observation two aspects are compared: the topics that they publish in the field of contemporary art, and the multimedia tools used to present the topic.

Keywords

Digital media, Journalims 2.0, contemporary art, content analysis.



ÍNDICE

1	Resumen	2
2	Abstract.....	3
3	Introducción	9
4	Capítulo I. Antecedentes Teóricos.....	11
4.1.	Teoría del Medio	11
4.2.	Comunicación en época de Internet	14
4.3.	El periodismo digital y sus características	17
4.4.	Medios digitales.....	23
4.5.	Servicios de valor añadido	25
4.6.	Corrientes artísticas contemporáneas	27
5	Capítulo II. Metodología.....	31
5.1.	Investigación bibliográfica	35
5.2.	Investigación documental	36
5.3.	Los medios analizados: El País de España y El Comercio de Ecuador	37
5.4.	Análisis de contenido	38
6	Capítulo III Análisis	40
6.1.	Descripción y análisis de los medios	40
6.2.	El País.....	41
6.3.	El Comercio	48
6.4.	Composición de fichas de análisis	62
6.5.	Temas del arte recurrentes: El País.....	65
6.6.	Temas del arte recurrentes: El Comercio.....	66
7	Conclusiones.....	79
8	Bibliografía	81



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Fundada en 1867

Yo, Julio Efraín Álvarez Palomeque, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Licenciado en Comunicación Social. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Julio Efraín Álvarez Palomeque
CI. 0101815462



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS
Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
SECRETARIA

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316
e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103
Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Julio Efraín Álvarez Palomeque, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Julio Efraín Álvarez Palomeque
CI.0101815462



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS
Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
SECRETARIA

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316
e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103
Cuenca - Ecuador



Universidad de Cuenca
Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación
Carrera de Comunicación Social

AGRADECIMIENTOS

Agradecimientos académicos a los docentes del Curso de Graduación, de
manera particular al amigo y periodista Ricardo Tello.

Agradecimientos afectivos a mi familia



Universidad de Cuenca
Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación
Carrera de Comunicación Social

DEDICATORIA

A Mashi y sus formas de comunicación 3.0. También para Quino y Martín.



Introducción

Algunas son las motivaciones para afrontar el presente trabajo académico, las áreas del periodismo y arte se convirtieron en el impulso inicial para establecer una ruta de investigación que las relacione. Nuestro propósito, en el presente trabajo, es determinar el contenido de los artículos informativos que sobre arte contemporáneo se emiten a través de los medios digitales El Comercio de Ecuador y El País de España.

Habíamos considerado que el desarrollo tecnológico, acelerado y vertiginoso, de finales del siglo XX e inicios del XXI generó cambios tanto en la comunicación como en el arte y la manera en que los públicos acceden a los mismos. Además la naturaleza misma del arte y de los medios de información han cambiado a tono con las innovaciones culturales y tecnológicas, por lo que es concomitante a los medios digitales encontrar la forma de informar sobre el arte contemporáneo tomando como referentes los cambios mencionados.

Al inicio, en el capítulo uno, analizamos aspectos relacionados con la teoría del medio, la comunicación en época de internet, las características del periodismo 2.0 y un acercamiento a lo qué es el arte contemporáneo. Los autores en quienes fundamentamos nuestros criterios tienen relevancia en sus distintas áreas de conocimiento y de alguna manera entablaron un diálogo en función del objeto de estudio.

Luego realizamos una mirada teórica sobre aspectos de la metodología a emprender. Al ser el tema del periodismo 2.0 de interés actual encontramos algunas referencias y textos de consulta que nos sirvieron de apoyo en las definiciones metodológicas. Si por un lado nuestros referentes teóricos fueron los guías en las nociones y conceptos manejados, por otro, en la toma de datos, mediante capturas de pantalla, encontramos salidas a



la apropiación adecuada de esos documentos que sirvieron de soporte para los análisis posteriores.

Establecido el componente teórico procedimos a realizar paso a paso lo planteado en nuestros objetivos. Analizar, por un lado, los temas relacionados al arte contemporáneo que mayoritariamente publicaron los medios en el lapso del 9 al 15 de junio de 2013 y, en otro sentido, estudiar cuáles fueron los soportes utilizados en la emisión de las informaciones.

Pudimos evidenciar algunas realidades sobre el manejo de las informaciones relacionadas al arte contemporáneo emitidas por los medios en estudio. De esas evidencias surgieron varias conclusiones que en ocasiones no son visibles para los usuarios de los medios.



“Todo está en su cabeza.
'Pensar digital' es la habilidad más importante que
un periodista puede adquirir o desarrollar hoy...
es la predisposición mental la que concebirá las posibilidades
digitales de una historia o proyecto.” (Briggs 139)

1 Capítulo I. Antecedentes Teóricos

1.1. Teoría del Medio

Es inherente al ser humano inventar aparatos, tecnologías, que le facilitan sus tareas cotidianas. Y si hablamos de las últimas tecnologías nos encontramos rodeados de ellas relacionadas en actividades del hogar, trabajo, distracción, información y comunicación en general. Quienes hemos sido usuarios y visto pasar desde la televisión de tubos, en blanco y negro, hasta las últimas pantallas planas, de alta definición con más de siete mil millones de colores (Bernal); del teléfono de disco a las innovaciones del teléfono móvil inteligente, capaz de realizar múltiples funciones; del periódico impreso en la linotipo, con moldes de letras fundidas en plomo y sin mayor preocupación por el diseño, al periódico digital; de la carta escrita, con el propio puño y letra, a los emails y chats enviados y recibidos al instante, por mencionar algunos ejemplos, constatamos que el ámbito de la comunicación ha cambiado radicalmente en las últimas décadas.

La comunicación cara a cara ha cedido su espacio a la comunicación digital, que es múltiple y variada, y ahora el cara a cara, en ocasiones, se lo realiza a través de las pantallas del ordenador, vía Skype o Hangouts. Un teórico prestigioso en el ámbito de la comunicación es Marshall McLuhan quien escribió sobre la influencia de las tecnologías, en su momento, vigentes hasta 1964, año de publicación de su libro *Understanding media*, traducido al español como, *Comprender los medios de comunicación*. Creía, McLuhan, que las sociedades “siempre han sido moldeadas más por la índole de los medios con que se comunican los



hombres que por el contenido mismo de la comunicación” (McLuhan and Fiore, El medio es el masaje: un inventario de efectos 8)

1.1.1 Presupuestos de la Teoría del Medio

El presupuesto principal de McLuhan, en la Teoría del Medio, es la influencia que ejerce la tecnología de la comunicación en la sociedad. Al respecto, Richard West y Lynn H. Turner, luego de analizar la teoría de McLuhan afirman que:

Los medios de comunicación electr(ón)icos han revolucionado la sociedad, según McLuhan, quien piensa que –básicamente- las sociedades son muy dependientes de la tecnología mediada y que el orden social se basa en la capacidad de manejar esa tecnología. Los medios de comunicación, en general, actúan directamente para moldear y organizar una cultura” (West and Turner, Teoría de la comunicación: análisis y aplicación).

West y Turner, señalan los tres presupuestos de la Teoría de los Medios:

Los medios de comunicación inspiran todo acto y acción de la sociedad.

Los medios de comunicación fijan nuestras percepciones y organizan nuestras experiencias.

Los medios de comunicación ponen el mundo en contacto (383).

Sobre el **primer presupuesto**, McLuhan considera a los medios de comunicación en un sentido amplio, tanto así que a la radio, televisión,



prensa, cine, incrementa otros como el teléfono, fonógrafo, armamento, juegos, relojes, dinero, fotografía, ropa, vivienda, palabra escrita, palabra impresa, coche y más; ellos forman parte del grupo de los medios. (McLuhan, Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano 95 349). Desde esa mirada todos nuestros actos están impregnados de los medios de comunicación sin que podamos evadirlos ni ignorarlos.

A los juegos, los números, el dinero, McLuhan los ve como mediatizados (West and Turner 384). Por ejemplo el dinero al igual que “cualquier otro medio (...) es una materia prima, un recurso natural” (McLuhan, Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano 148) que permite a la gente, dice McLuhan, intercambiar y estrechar lazos de interdependencia en cualquier comunidad de la misma manera que las palabras y el lenguaje “en que se traduce el trabajo del granjero en el trabajo del barbero, médico, ingeniero o fontanero” (McLuhan, Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano 151).

El **segundo presupuesto** indica que recibimos una influencia directa de los medios. Nuestras maneras de percibir y entender el mundo están directamente afectadas por los medios. Las informaciones y noticias emitidas por la televisión moldean nuestro conocimiento de ellas y se introducen en el ámbito de las conversaciones privadas. Por lo tanto aquellos tópicos que conversamos están influidos por lo que se dice en la televisión, “ella nos manipula (a veces sin darnos cuenta)” (West and Turner, Teoría de la comunicación: análisis y aplicación 384)

“Eléctricamente contraído, el globo no es más que una aldea” dice McLuhan (27) como uno de los tópicos que marcan al **tercer presupuesto** de la Teoría del Medio. La aldea global, referida por McLuhan hace ya casi 50 años, indica que son los medios quienes organizan las sociedades y



unifican el mundo en un gran sistema político, cultural, económico y social. La existencia de los medios electrónicos permiten que distintas culturas interactúen, hecho no existente antes de su aparición. Al participar de la aldea podemos recibir información instantáneamente. Esto hacen los medios electrónicos y además permiten la generación de nuevos tipos de relaciones entre las personas; cuando abrimos un correo electrónico o chateamos recibimos información y a su vez podemos emitir otras.

West y Turner mencionan a los teóricos de los sistemas quienes creen que una parte del sistema afectará a los demás, entretanto, los teóricos del medio entienden que la acción de una sociedad necesariamente afectará a toda la aldea global (West and Turner, Teoría de la comunicación: análisis y aplicación 385). Explican los autores, a manera de ejemplo, que de producirse una inundación, una guerra, en alguna parte del mundo estas afectarán a otros sitios y no se puede vivir aislados.

1.2. Comunicación en época de Internet

Como parte del aprendizaje, en algunas carreras de la Universidad de Cuenca, hace unos 20 años atrás, se utilizaron las primeras computadoras. Lenguajes como el BASIC, FORTRAN, COBOL eran parte de aquellos estudios. Esos primeros pasos en el mundo del procesador personal nos permitieron agilizar ciertas actividades estudiantiles. Cuando Internet, en el Ecuador, logra masificarse, unos años antes de 2000, las facultades de la Universidad de Cuenca ya contaban con sendos laboratorios informáticos. El contacto y uso de Internet se lo hacía a través del procesador personal, como vehículo comunicativo, permitiendo a los usuarios descubrir nuevas maneras de enviar y recibir información; tiempos para otras manifestaciones comunicacionales.



Rosana López, de la Universidad de Murcia, analiza algunas ideas del libro *Internet ¿y después?: una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación* de Dominique Wolton y dice que:

A lo largo de la historia se han producido hitos tecnológicos que han revolucionado el panorama comunicacional del momento, considerándose a la tecnología como una variable dinámica cuyas modas, en el campo de la comunicación, se traducen en nuevas extensiones mediáticas. De ahí, que el papel de la comunicación en cada época está definido por el sistema técnico, el modelo cultural y el proyecto de organización de la comunicación (López 2).

Sobre las ideas de McLuhan en relación al papel condicionado de la comunicación a las tecnologías, López asume esta posición y abre la posibilidad de análisis de las nuevas extensiones mediáticas incluidas en determinados ámbitos culturales. Internet es el ejemplo de una tecnología que permite generar variados sistemas de comunicación antes desconocidos. Lewis H. Lapham en la introducción al libro de McLuhan, *Comprender los medios de comunicación*, edición de la MIT Press, decía “que enseñaron a la gente a reordenar sus percepciones del mundo en formas compatibles con el protocolo del ciberespacio. El contenido sigue a la forma, y las tecnologías incipientes dieron lugar a nuevas estructuras de pensamiento y sentimiento.” (McLuhan, *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano* 11)

“ (...) la red no es sólo un medio, un instrumento” dice Elson Rezende, ex director de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca, porque “trasciende el plano de la comunicación o la enriquece de una manera inimaginable. Al mismo tiempo que es una herramienta, en el caso varias herramientas” (Rezende de Mello 2). Luego cita a Joaquín María Aguirre Romero, de la Universidad Complutense de



Madrid, quien explica que “la Red no es un medio, sino un espacio; no es algo diseñable, sino habitable; con usuarios, pero con vecinos” (2).

Y así, la Internet, abarcando el uso de texto, sonido e imagen en movimiento, tendrá también un lenguaje propio, basado en las potencialidades del hipertexto y construida en torno de algunos de los contenidos producidos por los medios existentes. (Rezende de Mello 2)

En el blog de su autoría, conocido como *eCuaderno*, José Luis Orihuela indicaba los diez paradigmas de la e-Comunicación (Orihuela). En su análisis sugiere la no interpretación apocalíptica del nuevo escenario de la comunicación pública en la era de Internet y mejor propiciar la redefinición del perfil y las exigencias profesionales de los comunicadores, además de los procesos de la formación académica y los contenidos.

Aunque “Internet ha provocado un efecto paradójico en la comunicación pública, que por una parte se ha desprofesionalizado (publica cada vez más gente que sabe menos cosas) y por otra parte se ha superespecializado fragmentando el conocimiento en infinidad de parcelas” (Orihuela), no se debe perder de vista que la comunicación es una función de supervivencia humana, y que el concepto medular es que el individuo necesita comunicarse (Zalcborg).

Se puede constatar con el paso del tiempo que las posibilidades de usar Internet se amplían. La telefonía móvil oferta sus planes de acceso a la Red bajo distintas modalidades; a diario mediante la publicidad se reciben ofertas de servicios y aplicaciones de Internet para uso exclusivo en los teléfonos móviles. También se pueden frecuentar los portales de medios digitales los cuales aprovechan los alcances tecnológicos para ofrecer mayores servicios a los usuarios.



El desarrollo tecnológico, acelerado y vertiginoso, de finales del siglo XX e inicios del XXI generó cambios tanto en la comunicación como en el arte y la manera en que los públicos acceden a los mismos. Considerando que la naturaleza misma del arte y de los medios de información han cambiado a tono con las innovaciones culturales y tecnológicas, es necesario que los medios digitales encuentren la forma de informar sobre el arte contemporáneo tomando como referentes los cambios mencionados.

1.3. El periodismo digital y sus características

Alrededor de 1994 comienza a generarse, como un fenómeno nuevo, el periodismo digital, más o menos en el mismo momento que la World Wide Web cobraba vigencia. En castellano se conoce de manera preferencial como periodismo digital o ciberperiodismo, nombre predilecto de los investigadores españoles, según Javier Díaz Noci y Marcos Palacios, coordinadores de la red de investigadores de la Universidad del País Vasco y de la Universidad Federal de Bahía, respectivamente; además, ellos fungen como editores de un informe final, impreso como libro, titulado *Ciberperiodismo: métodos de investigación* (Díaz Noci 11). Citamos el trabajo de Díaz Noci y Palacios debido a la envergadura del proyecto y considerando los alcances académicos conseguidos, por cerca de cincuenta docentes de las universidades mencionadas, algunos de los cuales señalamos a continuación.

En esencia, en términos formales, al periodismo digital le es común el convergir en la misma plataforma: Internet. Ahí se encuentran emisoras de radio, canales de televisión, revistas y periódicos. Luego, se distingue por las facultades de la multimedialidad, hipertextualidad, interactividad, señaladas entre otros por algunos autores: José Luis Orihuela (Orihuela), Edgar



Jaramillo Salas (7), Díaz Noci y Palacios (27 33) quienes además incluyen el carácter de temporalidad, entre otras características posibles que enrumban al quehacer periodístico de manera nueva y diferente a las modalidades anteriores.

El carácter de **multimedia** refiere a la posibilidad de acceder en la misma plataforma a diferentes formatos: texto, audio, video, animaciones, fotografía, gráficos, infografías. Como se señaló en el párrafo anterior, son los antiguos medios compartiendo la misma plataforma y formatos. Se afirma esta cualidad de combinación cuando:

Tanto los investigadores como los profesionales de la comunicación se refieren unánimemente a la multimedialidad como una característica inherente al ciberperiodismo (...) es en efecto un concepto clave para investigar sobre las características de los contenidos y géneros ciberperiodísticos (Díaz Noci, 30)

En tanto que la **hipertextualidad** considera las posibilidades de acceso a la información de manera multidireccional y no lineal. “Los soportes digitales permiten un modelo de construcción narrativa caracterizado por la distribución de la información en unidades discretas [nodos] y su articulación mediante ordenes de programación [enlaces]” (Orihuela). Lo hipertextual se consigue navegando en la Red mediante los enlaces que el texto presenta. Así, el acceder directamente a archivos publicados en distintos tiempos, no necesariamente actuales, crea la posibilidad de volver a tratar un tema pasado y otorgarle nuevos sentidos. “Gracias a esta capacidad para crear estructuras de nodos, los enlaces se convierten en el núcleo fundamental de los sistemas hipertextuales” (Díaz Noci 29).

El pensamiento humano funciona por procesos asociativos y no lineales, dice José Luis Orihuela, y el hipertexto tiene el mismo modelo



estructural; de hecho, su nacimiento tuvo origen en la necesidad de contar con sistemas de almacenamiento y recuperación de información de forma similar al pensamiento humano (Orihuela).

En términos generales y por las condiciones tecnológicas, es característica del periodismo digital **la interactividad**, el receptor deja de ser un testigo pasivo, que solamente recibe información, y se convierte al mismo tiempo en un productor y consumidor de información, conocido con el acrónimo de prosumidor. “Los lectores ya no son los receptores de nuestros mensajes. Ellos crean, comparten y comentan. Y desean hacerlo también en los sitios Web noticiosos” (Briggs 40).

La posibilidad de interacción entre los medios y los prosumidores, señalada como el cambio conceptual fundamental entre el quehacer periodístico anterior y el actual, ha generado la denominación de Periodismo 2.0. En el prólogo a la edición en español del libro Periodismo 2.0: una guía de alfabetización digital, escrito por Mark Briggs, el periodista Guillermo Franco M. dice que:

Internet ha estremecido los cimientos económicos de los medios tradicionales, pero además –en esencia- ha abierto a la sociedad, en general, y a los periodistas, en particular, nuevas posibilidades y formas de contar historias. De paso, ha roto el paradigma de la comunicación unidireccional de ‘nosotros hablamos, ustedes escuchan’. Pero esas nuevas formas de contenido requieren el desarrollo de nuevas habilidades. (Briggs 3)

Los tiempos de producción y de recepción se han alterado sustancialmente. Las informaciones de los hechos se ubican de manera instantánea en los cybermedios y permanecen en la Red, es decir, no son únicamente de recepción síncrona, pues pueden ser revisitados cuando el



usuario lo disponga; de esta manera las informaciones son ubicuas. Las informaciones en la Red pueden renovarse constantemente, incorporando nuevos datos, referencias, documentos o también sustituyéndolas con nuevos contenidos. Esta característica del periodismo digital es conocida como **temporalidad** (Díaz Noci 32 33).

Estos cambios tecnológicos generan nuevas maneras de hacer periodismo. Y esas formas renovadas hacen que la responsabilidad del periodista sea mucho más grande. Hugo Aznar dedica un capítulo de su libro *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para medios* con la intención de referir los pormenores de la responsabilidad profesional de un periodista (Aznar 59 73). Su poder de mediación se multiplica a un número indeterminado de lectores. Cualquier persona sin que necesariamente sea periodista puede convertirse en mediador de la noticia, esta es una posibilidad. Considérese que muchas de las fuentes primarias están en la red; dígase instituciones gubernamentales, educativas, religiosas, gremios y otras formas de organización social.

Además la información mediante la red puede ser transmitida de manera instantánea, al minuto. “Esta nueva temporalidad mediática caracterizada por la velocidad y la obsesión de inmediatez, hace saltar por los aires -en muchas ocasiones- los mecanismos de control, verificación y contraste de fuentes, sacrificados en aras de llegar los primeros” (Orihuela).

El ciberespacio es compartido por millones de personas. Es el espacio común, de esos sujetos, en el que es posible contactarse valiéndose de algunas herramientas digitales. Y cuando se interviene en espacios comunes también deberíamos compartir las maneras de usarlos, posiblemente mediante una ética de la web. También la creación noticiosa dentro del periodismo digital la hacen tanto los profesionales de la prensa



como el público lector, a diferencia del periodismo tradicional cuya tarea estaba encomendada a los periodistas.

Los tiempos cambian y los comportamientos de la gente igual son cambiantes. El periodista tradicional influenciaba sobre el lector mediante sus escritos, era el productor de noticias y había quien las consumía. El periodista digital debe estar consciente que sus lectores lo convierten ahora en lector y que ese público se transforma en periodista. Por lo tanto aquello que el periodista incorpora al Internet puede ser reelaborado por el lector. Hay muchas incertidumbres en torno a las nuevas modalidades del periodismo, por lo que:

Nadie sabe cómo todo esto va a cambiar en últimas lo que hacemos o qué nuevas oportunidades este nuevo modelo presenta para nosotros. Pero la única forma en que podremos aprovechar es si somos conscientes y participamos activamente en el cambiante panorama (Briggs 41).

Una característica del perfil del periodista digital es la de prestar atención a la información de los prosumidores, más cercana al periodismo social. El alcance de esta posibilidad lo dice Carolina Hernández Cufre, en una de sus tesis en Clases de Periodismo, que el periodista sea capaz de “asumir responsabilidad en los procesos sociales, ser parte del análisis del devenir social y ser proactivo, si se da la oportunidad, en la búsqueda de soluciones que estén a su alcance” (Hernández Cufre). Cree Jean- François Fogel, periodista y reconocido como uno de los maestros de la FNPI, que el periodista se constituye en el administrador de los flujos de las conversaciones que transitan en la Red (Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano).



La responsabilidad del periodista tradicional se sustentaba en la posible influencia que podría ejercer en sus lectores, en una dirección vertical. En el mundo digital la responsabilidad del periodista pasa por alternar su labor entre la emisión y recepción re- contextualizada por sus propios lectores; es una mirada horizontal, el periodista es a la vez periodista y lector. Es decir la información sobre determinado tema, potencialmente, puede ser realizada por muchos sujetos que acceden a la red, periodistas y lectores, intercambiando continuamente el papel y enriqueciendo el conocimiento del tema caracterizando aquello que se conoce como inteligencia colectiva.

En términos generales y con miras a un saludable desarrollo del periodismo digital se requiere que la población mundial tenga acceso a Internet, que disminuya la brecha digital, es decir, las diferencias de penetración de Internet entre los países más ricos y los más pobres, y, dentro de cada país que estas desigualdades desaparezcan y se fortalezca paralelamente la alfabetización digital.

De forma particular el periodista, con una total apertura crítica a los cambios, deberá prepararse constantemente, en todas las áreas de su trabajo, sobre todo en el uso de dispositivos nuevos, que aparecen con cierta frecuencia. Las preguntas que buscan respuestas, y tienen ya algunas, no todas, nos las plantean: Jaime Abello Banfi, Director General de la Fundación Nuevo Periodismo Americano, FNPI, “¿Cuáles son los nuevos elementos de esa sustancia ética que define el periodismo? ¿Qué caracteriza al periodismo, qué lo define o lo distingue? ¿Debemos apuntar a la creación de un código de ética periodística para este nuevo contexto digital?” (Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano). O estas otras de Carolina Hernández Cufre, ¿qué y cómo se debe publicar? ¿qué no? y ¿bajo qué criterios? ¿con que autoría?” (Hernández Cufre).



1.4. Medios digitales

Para Mark Briggs, “La nueva tecnología y los dispositivos, siempre en evolución, han cambiado –y continuarán cambiando– los mercados que las operaciones periodísticas están apuntando a servir” (42). El mercado digital ofrece de manera constante nuevas herramientas que de a poco el mundo del periodismo las hace suyas. Los medios tienen interés en atraer a la audiencia en línea. Un ejemplo de esta afirmación es la encuesta solicitada por El País a sus suscriptores en búsqueda de recabar información sobre las necesidades y preferencias al momento de recibir por la Web el periódico digital; la encuesta tarda en ser contestada alrededor de media hora. Al momento el servicio en la red es gratuito pero mediante la encuesta y sus interrogantes se deduce que en un futuro próximo será pagado. El autor del presente trabajo como suscriptor así lo hizo.

Entre las múltiples aproximaciones al tema de los paradigmas de la comunicación José Luis Orihuela explica sobre la necesaria transición de la información al conocimiento. Información existe en abundancia y debe ser analizada de manera profesional para su posterior transformación en conocimiento; y ese es un nuevo vector de la actividad mediática. Por ello “hoy la misión estratégica de los medios es la información sobre la información, la inteligencia, interpretación, filtrado y búsqueda efectiva de información, que deben comunicar bajo nuevas claves narrativas y mediante un amplio repertorio de soportes” (Orihuela).

Los periodistas tienen a su disposición una serie de herramientas digitales para contar historias. Si las carreras de periodismo no han incorporado nuevas destrezas, a sus anteriores perfiles profesionales, es hora de hacerlo, caso contrario, el uso de la tecnología en el ámbito periodístico marcará desfases en los futuros profesionales. En la actualidad se privilegian algunas herramientas de la Web. El periodista debe



permanecer atento al apareamiento de otras a tono con las exigencias sociales. Aquel que maneje un buen número de herramientas multimedia estará aventajado y con mejores salidas a su profesión.

Parte del desafío se encuentra en la exploración de nuevas maneras de hacer periodismo con el concepto de usabilidad. Los medios digitales han cambiado las prácticas del periodista. Guillermo Franco considera que los textos en la Web, para su supervivencia, deben poseer la condición de usabilidad; que la gente pueda usarlos fácilmente. (45 46). Es decisiva la cita que menciona Franco, de la autoría de Jakob Nielsen, considerado como el gurú de la usabilidad: “Si la información del sitio Web es difícil de leer o no responde las preguntas clave de los usuarios, estos lo abandonarán” (46).

En tanto que Mark Briggs sugiere que los periodistas encuentren las habilidades digitales que más interesan y practiquen con ellas, en un inicio, por diversión, como pruebas (Briggs 141 142). En esa tarea estamos. Estas nuevas maneras del quehacer periodístico están configurándose y se hacen al andar. Son los públicos quienes validan o no aquello que responde a sus intereses, tanto por el fondo como por la forma. El proyecto Eye track 07 señala las preferencias de los usuarios al momento de leer informaciones en la red (Franco 23- 44).

El razonamiento del periodista antes de la publicación de las notas pasa también por prevenir las consecuencias de lo escrito y el cómo utiliza el hipertexto como medio para hacerlo. Si el periodismo 2.0 busca la inmediatez de la información puede este ejercicio convertirse en sensacionalista por la poca o ninguna reflexión sobre lo que el texto explica.



1.5. Servicios de valor añadido

En base a las investigaciones de algunos autores Rosana López expresa que los servicios de valor añadido se manifiestan para cubrir algunas necesidades informativas de los usuarios y se ofertan en los portales; en tanto que a los impresos les resulta imposible ofrecerlos, técnica y físicamente (68). Toda la información contenida en los medios serían inútiles si el usuario no puede llegar a ella; los servicios de valor añadido cumplen el papel de acceder a las informaciones y productos ofertados en el portal (70). Complementa López que los servicios de valor añadido:

se identifican como aquellos servicios que resaltan sobre la oferta de servicios comunes de los portales, en general, por implicar un valor extra y que en este caso se desarrollan bajo las herramientas que Internet posibilita, considerando que lo que hoy se considera SVA¹ probablemente, mañana será un servicio común (López 68).

A pesar de variar constantemente la extensa gama de los servicios, López publicó, en su informe investigativo, una tabla en la que categoriza los servicios de valor añadido de los portales periodísticos españoles. En atención a 8 categorías se mencionan algunos servicios y sirven de referentes para nuestro estudio:

¹ SVA se entiende como servicio de valor añadido.



SERVICIO DE VALOR AÑADIDO	TIPOLOGÍA
ACCESO A LA INFORMACIÓN	Ayuda; Barra de navegación/Página de inicio; Buscador noticias; Buscador web; Hemeroteca, Herramientas; Mapa web; Portales verticales Canales; Últimas noticias
INTERACTIVOS PARTICIPACIÓN	Chat; Foros; Webmail Cartas al director; Concursos; Encuestas; Envío de relatos; MailNew a un amigo; Página abierta; Postales; Sugerencias
MULTIMEDIA	Fotografías; Gráficos interactivos; Radio digital; Vídeos; Televisión digital
PERSONALIZADOS	Alertas; MailNews; Mi diario; Mi portada; Recordatorios (eventos); WAPnews; Mascotas virtuales
ENTRETENIMIENTO COMERCIALES	Horóscopos; Juegos/Pasatiempos; Webcam Tienda/s; Viajes online; Clasificados; Venta de contenidos (e-contents); Banca online
COMPLEMENTARIOS	Diccionario; Enlace a otros medios; PDAnews; Traductor (López 69).

Con el paso del tiempo la tipología ha cambiado pero en su parte esencial sirve de apoyo para la ejecución de nuestro proyecto. Los medios en análisis ofertan, del listado anotado, algunos de los servicios, hoy convertidos en comunes y no en relación a un valor añadido.



1.6. Corrientes artísticas contemporáneas

En el libro *La querrela del arte contemporáneo* Marc Jimenez explica que el arte actual, podríamos entenderlo como contemporáneo:

Ya no está sometido al régimen de la belleza platónica ni al de las bellas artes, en sentido clásico. Eso se entiende. Pero que esté en condiciones de sorprender, irritar, seducir, entusiasmar, provocar, chocar o aburrir demuestra sin duda que sigue surgiendo siempre del régimen de la estética (Jimenez 274).

Eso significa que el arte ha cambiado a tono con los tiempos. Si el siglo XX fue una época del arte llena de innovaciones gracias a los movimientos de vanguardia y parecía que no era posible más novedad, sin embargo, los artistas encuentran en sus relaciones con la sociedad los mecanismos conceptuales y materiales de producir arte en ámbitos insospechados y en atención a los avances de la tecnología. Eduardo Kac es un artista brasilero considerado como un pionero del arte transgénico. Es reconocido, entre otros, por uno de sus trabajos “símbolo”, consistente en inocular microorganismos a una coneja, llamada Alba, y convertirla, a nombre del arte, en un ser viviente fluorescente. No necesariamente esta acción es arte para todos. Y no necesariamente todo aquello que se califica como arte las sociedades así lo asumen. De esa manera el campo teórico se enfrenta a las nociones del arte para definir si acaso eso es arte o un no-arte.

A mediados de los ochenta, del siglo pasado, el historiador alemán del arte Hans Belting y el filósofo Arthur Danto escribieron varios ensayos, ampliados y reactualizados luego en sendos libros, sobre el fin del arte. Danto, al igual que Belting, piensa que el arte, aquel relato que se basó en



ciertas nociones surgidas en el Renacimiento, y afianzadas en años posteriores, nació aproximadamente en 1400. Según determinadas características y condiciones ahí empezó la historia del arte; Belting escribió el libro *La imagen antes de la era del arte* y Danto su ensayo *El fin del arte*, antecedente del libro *Después del fin del arte*. De este texto y luego de los análisis realizados en los capítulos del libro señala la etapa final de la era del arte por el año 1964, según su teoría, con la exposición "Brillo Box" de Warhol. Eso no significa que antes ni después de aquellas fechas no ha existido arte, sino más bien, la noción del arte en ese período se mantuvo bajo determinada conciencia de lo que era el arte (Danto 150).

La opinión de Danto, respecto a la muerte del arte, no apuntaba a lo que realmente la palabra muerte significa sino que cualquier nuevo arte no podía sustentarse en el relato que consideraba que cada etapa era cubierta por otra nueva. Lo que había llegado al fin era el relato pero no el tema del relato (Danto 27).

Si en las vanguardias el aparecimiento de cada nuevo movimiento implicaba entre sus pensamientos el transitar en contra del anterior movimiento con la intención de promover las nuevas ideas distintas de las propuestas por su o sus antecesores, en cambio, el arte contemporáneo no alega contra el arte del pasado sino más bien, según Danto, dispone de él "para el uso que los artistas le quieran dar". (Danto 27). En ese sentido y con el pensamiento de Danto la pintura está vigente para el artista contemporáneo que así lo crea necesario.

Con el arte contemporáneo se certifica que ha envejecido una forma de vida, en la línea de pensamiento de Hegel. Paralelo a ello la ciencia se ha definido de esa manera, sus avances han modificado y elevado los niveles del saber a lugares insospechados y aparentemente no hay nada ni nadie que la detenga en ese avance progresivo. En ese contexto el gran relato del



arte iniciado en el Renacimiento marcaba una ruta rectilínea que a cada paso indicaba un progreso en las aplicaciones artísticas. Pero tenía su fin:

al principio sólo la mimesis era arte, después varias cosas fueron arte pero cada una trató de aniquilar a sus competidoras, y finalmente, se hizo evidente que no hay restricciones filosóficas o estilísticas. La obra de arte no tiene que ser de un modo especial. Y este es el presente y, como dije, el momento final en el relato legitimador. Es el fin del relato (Danto 69).

No se puede catalogar de contemporáneos a todos los artistas activos pues hay quienes “mantienen una relación formal, estilística o técnica con el pasado, incluido el reciente” (Jimenez 70). Es decir, existen formas, estilos o técnicas que corresponden al pasado y se puede ser un pintor en 2013 pero pintando como se estilaba en el siglo XIX. Así mismo, no necesariamente por el hecho de utilizar herramientas y técnicas del arte moderno hacen que un artista sea considerado como moderno hay ciertas particularidades no utilizadas por las vanguardias, o arte moderno, que a un pintor actual lo identifica como contemporáneo.

Marc Jimenez ejemplifica el caso del artista Roman Opalka quien “pinta la serie aritmética de números agregando cada vez un 1% de blanco suplementario al negro inicial”(70) en una cadena de cuadros, casi infinita, durante varios años; pero además de pintar los números en grandes telas se hace fotografiar junto al cuadro terminado y en el transcurso de la serie fotográfica el tiempo marca las señales en el rostro del artista. Lo procesual, un transcurrir y devenir en el tiempo, corresponde a los performances relacionados con el arte contemporáneo. Además, registra en audio los dictados de los números conforme avanza su trabajo. Se repite lo procesual sumándose la aplicación multimedia, el audio incorporado a la pintura (Jimenez 70 71).



El mundo moderno se ha transformado por los avances y el desarrollo tecnológico, científico y de las NTIC o lo que se conoce como el transcurrir de la modernidad a la posmodernidad. El arte como parte de ese todo no se excluye y los grandes cambios estructurales y de contenido hacen que las nociones del arte sean distintas a las aceptadas en la modernidad. A ello nos convocan los distintos planteamientos filosóficos e ideológicos que, con referencia al arte y a sus varias manifestaciones, moldean nuestras maneras de relacionarnos con lo artístico.

Las “nuevas prácticas artísticas”, “arte contemporáneo”, “ser internacional”, presentan características distintas a lo que planteaban las conocidas obras artísticas modernas fundamentadas en la “contemplación, resolución estructural y bella apariencia” (López Anaya 29). El no tan aceptado y polémico arte contemporáneo, analizado en uno y otro sentido en medios especializados y en varios foros del país, seguirá el curso que la sociedad lo destine. Los adeptos a estas nuevas posibilidades expresivas se incrementan y al participar nuestra ciudad de las prácticas artísticas globalizadas nos resultará difícil convertirnos en autárquicos artísticos por lo que nuestro análisis formará parte del debate y discusión en la ciudad que aún se aferra a tradicionalismos, no a la tradición, que según la explicación de Efraín Jara Idrovo, es la “instancia en que coexisten conservación y cambio, sin interferirse, antes fecundándose recíprocamente” como “un concepto dinámico y, como tal, antitético al de tradicionalismo” (Jara Idrovo 280).



Capítulo II. Metodología

El presente trabajo tiene su origen en el interés del autor por los temas del periodismo y arte, fundamentalmente, pero también en el ámbito de los procesos de la enseñanza- aprendizaje del arte, entendiendo a las manifestaciones estéticas como un sistema de comunicación con su propia naturaleza.

Luego de analizar algunas posibilidades relacionadas con los ejes temáticos anotados se decidió indagar cómo los medios digitales informaban sobre las cuestiones del arte. El campo de estudio muy extenso obligaba a reducirlo: primero el tema del arte en general se redujo al arte contemporáneo, por su carácter de actualidad, y, seguidamente, la decisión de considerar los dos medios, El Comercio de Ecuador y El País de España, obedeció a sus publicaciones frecuentes sobre el tema, difundidos desde dos continentes y de países que tienen como idioma oficial al español.

El objetivo general del trabajo fue: determinar el contenido de los artículos informativos que, sobre arte contemporáneo, se emiten a través de los medios digitales El Comercio de Ecuador y El País de España. De acuerdo a las características, recurrimos como método de investigación al análisis de contenido.

Se corrobora el uso del método en proyectos como el presentado por la red de investigadores de la Universidad del País Vasco y de la Universidad Federal de Bahía, coordinados por Javier Díaz Noci y Marcos Palacios, centrados en el tema del ciberperiodismo y sus métodos de investigación, pues para ellos:



la metodología más común empleada hasta el momento para el análisis de la multimedialidad ha sido el análisis de contenido, es decir, estudiar los formatos comunicativos empleados por los cibermedios, con el fin de calibrar el grado de uso de cada uno de los códigos textuales, icónicos y sonoros. En definitiva, estos estudios se han orientado a identificar “índices de multimedialidad” (Díaz Noci 31)

En la delimitación del objeto de estudio nos propusimos realizar un análisis temático, según la tipología planteada por Raymond Colle (Colle 68), sobre el ¿qué se informa en relación al arte en los medios digitales El País de España y El Comercio de Ecuador?, durante una semana, apoyados en los siguientes campos de estudio: periodismo digital, nuevas tecnologías de información y comunicación NTIC, y arte contemporáneo.

Colle clasifica, bajo el título de *Tipología actual*, en tres categorías a los métodos o técnicas, como otras formas de análisis de contenido conocidas anteriormente, ligadas a las relaciones entre los componentes del discurso. Estas son: análisis temático, análisis semántico y análisis de redes. Para nuestro trabajo aplicaremos la del análisis temático que solo considera la presencia de términos o conceptos, independientemente de las relaciones entre ellos (Colle 68).

La pregunta central para iniciar la investigación es: ¿Cuál es el contenido de la información que sobre arte contemporáneo; se emite a través de los medios digitales El Comercio de Ecuador y El País de España?. Además nos planteamos preguntas secundarias:

1. ¿Cuáles son los temas relacionados al arte contemporáneo que se informan preferentemente en cada medio?



2. ¿Existen secciones especializadas dedicadas a la información sobre arte contemporáneo?

3. ¿Con qué frecuencia cada medio informa sobre arte contemporáneo?

4. ¿Cuáles son las herramientas multimediales más utilizadas para difusión del arte contemporáneo: textos, audio, video, sonido?

El análisis contempló datos informativos los cuales son objetos susceptibles de ser descritos, analizados de manera exhaustiva y metódica, características atribuibles al método científico. Seguimos la clasificación de Colle sobre los tipos de diseños de investigación y el requerido para la ejecución del presente trabajo es el diseño de estimación (Colle 56).

Se estudiaron:

- 1.- el contexto de los mensajes periodísticos
- 2.- los artículos informativos, es decir, con predominio fáctico y
- 3.- las herramientas multimedios.

Para el estudio de los puntos señalados nos planteamos como objetivos:

- 1.- Enlistar los temas relacionados con el arte y que se manifiestan con mayor recurrencia y
- 2.- Definir las herramientas multimediales más utilizadas para difusión del arte contemporáneo.

Cada uno de ellos con sus respectivas variables y dimensiones:

- 1.- Temas del arte recurrentes a través de géneros informativos, blogs.
- 2.- Multimedios con la utilización de textos, audio, video, fotografía.

Los indicadores se manifiestan a través de:

- 1.- Temas publicados sobre arte y la existencia o no de blogs, foros.
- 2.- Número de aplicaciones de los multimedios.



Forma parte de las ciencias sociales el pluralismo cognitivo por lo tanto le corresponde una pluralidad metodológica para la realización de las investigaciones en las áreas disciplinarias correspondientes, dicen las investigadoras de la comunicación, María Rosa Berganza y María del Carmen García Galera, en una parte del libro *Investigar en comunicación* (Berganza Conde and García Galera 27 31). Sobre el tema, ellas resumen las investigaciones de varios autores quienes avalan la pertinencia, desde algunos puntos de vista, de aplicar “diferentes perspectivas de investigación en Ciencias Sociales” y así “quedará afirmada críticamente la pluralidad metodológica de nuestra disciplina” (28)

La clasificación temática es de orden nominal. La clasificación es de los mensajes o fracciones de mensajes de acuerdo a su significado. Las variables utilizadas son nominales abiertas. Los contenidos analizados tienen el punto de vista del analista, pero no del emisor ni de los receptores.

El estudio se destina para los públicos de la región interesados en informarse sobre el arte a través de medios digitales: periodistas en general, estudiantes de arte, docentes de arte, artistas, profesionales varios vinculados con el arte y público en general.



2.1. Investigación bibliográfica

Para la indagación de los medios digitales, El Comercio de Ecuador y El País de España, realizamos una fase de investigación bibliográfica referida al objeto de estudio. Los conceptos emitidos por varios autores sirven de soporte para estructurar los objetivos planteados. Los grandes temas por analizarse se sintetizan en: análisis de contenido, teoría del medio, periodismo 2.0 y arte contemporáneo.

Sobre las teorías de los medios de comunicación adoptamos las ideas de McLuhan. Para comprender el periodismo 2.0 recurrimos al texto de Mark Briggs y las maneras de escribir para la Web de Guillermo Franco. Uno de los soportes lo encontramos en la investigación conjunta realizada, sobre el ciberperiodismo y sus métodos de investigación, por la Universidad Federal de Bahía y la Universidad del País Vasco, coordinada por Javier Díaz Noci y Marcos Palacios. Algunas ideas las adaptamos del portal digital de la *Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano* y otros sitios Web relacionados con el periodismo como *Clases de Periodismo*.

El análisis de contenido lo sustentamos fundamentalmente en el texto de Raymond Colle, *El Análisis de Contenido de las Comunicaciones*. También utilizamos como referente el libro *Investigar en Comunicación* editado por María Rosa Berganza Conde y José Ruiz San Román.

También recurrimos a textos que mencionan las tendencias del arte en la actualidad conocidas como arte contemporáneo. Entre otros autores leímos a Arthur Danto, Jorge López Anaya y Mark Jiménez. Sobre situaciones particulares de los temas anotados basamos nuestra conceptualización en estudios realizados por varios autores, referentes en sus respectivas áreas y mencionados en la bibliografía.



2.2. Investigación documental

Los documentos base, para el análisis, son las presentaciones de los medios digitales acordados, durante las fechas propuestas, capturados y resguardados en un ordenador personal. Se consideró como las unidades de muestreo a los ejemplares de los medios. Antes de la semana del 9 al 15 de junio se realizaron algunas pruebas de captura de pantalla atendiendo a las características propias de cada medio y como precaución ante posibles eventualidades.

Una vez ordenada la logística de la captura de pantallas procedimos, durante la semana comprometida, a guardar las tomas para su posterior análisis. El ejercicio consistió en capturar primero los planos generales de portada y en seguida planos medios de toda la página para certificar la existencia o no de notas relacionadas con el arte y verificar los servicios de valor añadido. El mismo procedimiento se siguió con la página de cultura; primero capturas de planos generales y entonces apropiarse de planos medios que avalen la comprensión completa de la oferta presentada por los diarios.

De ordinario la página de *Portada* de El País requería de cinco o seis tomas generales y alrededor de trece tomas de planos medios. Para la sección *Cultura* el tratamiento era similar en cuanto al número de capturas, seis generales y doce planos medios; sin embargo, cuando debimos analizar detenidamente, las noticias motivo del estudio, las tomas de planos medios y cortos se incrementaron de acuerdo a las necesidades. Por ejemplo al referir la manera de presentar vínculos sobre algún tema que enriquecía la nota periodística.

Para resguardar la información de El Comercio se necesitó de cuatro tomas generales para la portada y trece de planos medios. Nos servimos de



dos y tres tomas generales para la sección Cultura y seis para planos medios. Algunos planos cortos fueron necesarios para mostrar el uso de botones o etiquetas que enlazaban hacia otras ventanas o informaciones. Se necesitó capturar información importante relacionada con otros enlaces: páginas de video, fotogalería, home, servicios de valor añadido, especiales, suplementos, páginas de etiquetas varias, blogs.

Finalmente y para proceder a la elaboración de las fichas de análisis se revisaron las capturas de pantalla en un sentido cronológico- secuencial. (Díaz Noci 56). Los campos incorporados para el análisis de la sección *Cultura* fueron: temas generales publicados, enlaces a multimedios, fechas y soportes utilizados en la publicación.

2.3. Los medios analizados: El País de España y El Comercio de Ecuador

En referencia al objeto de estudio de la investigación: “El periódico moderno de la sociedad de masas se inició con retraso tanto en España como en [Ecuador, *la nota es del autor*], ya que surgen entre los últimos años del siglo XIX y primeros del siglo XX”. (Rost 44).

En el Ecuador “los periódicos estables no aparecen hasta los 80 del [siglo XIX], destacando El Telégrafo, que nace en Guayaquil en 1884, primer periódico diario, y que pervive hasta la actualidad, [...] y la aparición en 1906 del diario El Comercio, de Quito, conservador independiente” (González Portela 193 194), mientras que la creación y consolidación del diario El País se da sólo entre 1972 y 1984, “pues el objetivo del Grupo PRISA era editar un diario diferente, pensando ya en las necesidades informativas para una era post-franquista”. (Rost 252)



La historia de la noticia en la pantalla de las computadoras puede remontarse a mediados de los 70, cuando los diarios comenzaron a ofrecer acceso a bases de datos...Pero si hay un año que marca el inicio del periodismo digital, ése es 1994. No sólo porque una buena cantidad de medios en EEUU y Europa estrenaron sus ediciones en los servicios comerciales sino porque se inauguraron los primeros periódicos digitales en la World Wide Web. Ese mismo año, se estrenaron algunos primitivos cibermedios en España y un año después en Argentina. (Rost 11)

“El lanzamiento del periódico digital El País ocurrió el 4 de mayo de 1996, [...] comenzó llamándose EL PAIS DIGITAL y generó una expectativa comparable a la que despertó en su momento el diario impreso [...]” (Rost 255), y su dirección web es <http://elpais.com/>. En Ecuador y en América Latina el primer diario en estar en la red fue diario Hoy en 1994 www.hoy.com.ec. El Comercio Digital se difunde con la URL <http://www.elcomercio.com/>

2.4. Análisis de contenido

El análisis de contenido es un tipo de medición aplicado a un mensaje, dice Raymond Colle. Luego las mediciones se clasifican como nominales, ordinales o escalares. El autor ejemplifica cada caso así: en la clasificación nominal se pueden nombrar a ciudades citadas en un conjunto de textos. En la clasificación ordinal se podría ordenar las ciudades de norte a sur. Y en la clasificación escalar se ordenan de acuerdo al número de habitantes (Colle 6).



Seguimos las recomendaciones de Colle y para el presente trabajo decidimos analizar los hechos noticiosos emitidos por los medios seleccionados excluyendo las investigaciones acerca del emisor y las audiencias (8). El estudio se dirige al contexto de los mensajes periodísticos bajo la mirada o significado del analista, en atención a lo que los medios ofertaron como información. Detalles de la aplicación del análisis de contenido se encuentran explicitados en este texto, líneas arriba, bajo el título de *Metodología*.



Capítulo III Análisis

3.1. Descripción y análisis de los medios

En esta revisión interesa constatar cómo los medios analizados se presentan ante los usuarios. Primero, y recalcamos, en atención a su contexto general desde las primeras visiones que se tiene de su portada, y luego navegando en su interior hasta encontrarnos con las unidades de análisis del presente trabajo; el arte en el ámbito conocido como contemporáneo.

Insistimos sobre la importancia del contexto en el que se presentan las noticias sobre arte contemporáneo, en los dos medios, porque entenderlo así implica la posibilidad potencial, de parte de los usuarios, de contar con tales y cuales contenidos informativos en base a un listado de herramientas y servicios que los diarios presentan en su entorno general, y que estuvieron disponibles en las fechas marcadas para la aplicación. Como las temáticas presentadas por los medios estudiados son de diversa índole también el tipo de usuarios es múltiple por sus preferencias; y el tratamiento de las noticias es el mismo indistintamente de la temática abordada. Por lo tanto, encontramos en la lectura de las notas sobre arte la misma estructura organizativa, forma de presentar los contenidos y sus herramientas, que la brindada a otros tópicos de la información.

Las notas sobre arte, en general, y de manera particular el área de lo contemporáneo, son apenas un elemento dentro de un todo. Desde luego la visión de los medios analizados, no especializados en materia alguna, es presentar la actualidad de aquellos hechos que tienen relevancia para la sociedad en términos de igualdad sin mostrar un mayor privilegio por ninguna de sus temáticas; y el arte se presenta en igualdad de condiciones.



Ya en su componente formal y para iniciar la descripción contextual interesa comprender que la definición de portal:

viene dada por la concentración de información y servicios en un mismo sitio web, siendo por lo tanto, un concepto mucho más amplio que el de una página o un conjunto de páginas web alojadas en un servidor. Muchos autores suelen mencionar el término “portal informativo” para referirse a los portales de los medios de comunicación (López 63).

Entendida la noción de un portal informativo pasamos a describir el contexto en el que se presentan los medios digitales en estudio: El País de España y El Comercio de Ecuador.

3.2. El País

El portal de El País tiene un estilo contemporáneo de diseño, presenta el material en estructuras modulares, con un buen uso de imágenes y juego de blancos, basado en la idea de captar la atención, ha realizado sugerentes cambios, verificadas por el autor de la investigación asiduo visitante de este portal, para adecuarse a las nuevas condiciones y demandas de sus usuarios.

Cabecera de portada

Banner

Banner es el espacio destinado para publicidad.



Barra de información y navegación, desde la izquierda

Fecha (día nominal, día numeral, mes y año).

Hora de actualización del medio.

Botón *hemeroteca*: selecciona las ediciones pasadas de acuerdo a la fecha (año, mes y día) y a la franja horaria de publicación (mañana, tarde o noche). También se puede entrar al *Archivo Edición Impresa*.

Botón de selección: *edición América* o *edición España*.

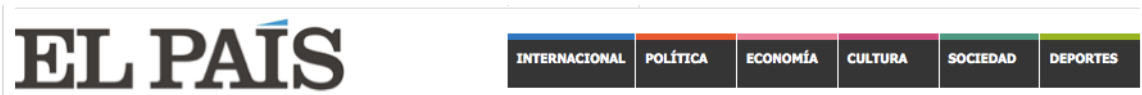
Botón *Iniciar sesión*: contiene 2 casilleros para llenar datos del *correo electrónico* y *la contraseña*. Enlace para *recuperar contraseña*. Y nuevo botón para *entrar*.

Botón *registrarse*: permite acceder a una página en la que se ingresan datos del correo electrónico, contraseña, fotografía y alias con el que se desea reconocerse públicamente en los comentarios.

Finalmente casillero *Buscar contenido*.



Barra de título y navegación, desde la izquierda



Nombre- logo del periódico: El País.

6 botones que direccionan a sendas secciones del periódico, en este orden: *Internacional*, *Política*, *Economía*, *Cultura*, *Sociedad* y *Deportes*.

Barra de navegación, desde la izquierda

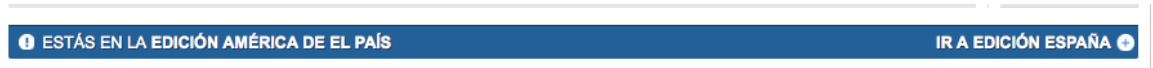


Aviso *Está pasando*, anuncia los titulares cortos, presentados hasta con cuatro palabras a manera de titulares gancho, de las noticias destacadas.

Botón de acceso a *Más temas*.

Botón de acceso a *El País Tv*.

Barra de información y navegación, desde la izquierda



Aviso *Estás en la edición América de El País*.

Botón para *Ir a edición España*.



Cuerpo de Noticias, El País: en *Portada*

El País digital se presenta en la portada a tres columnas: la primera más ancha que la segunda y a su vez esta más ancha que la tercera (presentación oreja)

En la **primera columna** se publican básicamente, fotografías, titulares y sub- títulos de noticias varias. **La segunda columna** también se compone de fotografías, titulares y sub- títulos de noticias varias, conformadas de acuerdo a las siguientes secciones: acceso a *Opinión*, *Última hora*, **Cultura**, *Deportes*, *El País semanal*, *In English*, *Lo más visto*, *caricaturas*, *Últimas entradas*, otros servicios y de manera intercalada con publicidades.

La **tercera columna** se presenta como oreja, en columna conformada de: enlaces a Eskup (sistema de mensajería del medio)², Twitter, Facebook y Google +; enlace a suscripción, ofertas de empleo, cursos y vivienda; enlaces a secciones y sub- secciones del medio, enlaces a blogs, archivos, entrevistas, dispositivos, edición impresa, Widgets, Bolsas, clima, RSS, moda, clasificados y otros servicios, mostrados como índice.

Cerca del final de la página *Portada*, ocupando todo el ancho, se encuentran: *El País Tv.*, fotogalerías, acceso a *Kiosko* (suplementos varios ofertados por el medio, se paga para su acceso)³ y al final enlaces a medios y empresas relacionadas con El País.

² Eskup es el sistema de mensajería de ELPAIS.com con el que nos comunicaremos usando un API. Por ahora, podemos distinguir tres puntos de acceso a ese API: **Ineskup**: usado para la inyección de mensajes en Eskup. **Outeskup**: justo lo contrario de Ineskup, se usa para recuperar mensajes e información asociada a ellos. **Profileeskup**: gestiona las preferencias de los objetos (usuarios o eventos) en Eskup (usuarios que le siguen, perfil en sí, a quienes sigue, etc.). Tomado de elpais.com <http://bit.ly/a2x4Dm>

³ Los fines de semana, el suscriptor podrá recibir en casa, a primera hora, el periódico con sus suplementos y revistas (Babelia, Smoda, Negocios, Domingo y EL PAÍS SEMANAL) y, además durante toda la semana tendrá acceso desde su ordenador, tableta, y teléfono inteligente a la versión digital de EL PAÍS adaptada para su lectura en línea a través de Kiosko y Más. Tomado de elpais.com: <http://bit.ly/1ayiWZa>



Sección Cultura El País

Cabecera de sección

En esencia la estructura es la misma presentada en portada. Los contenidos se modifican en el espacio destinado a los enlaces propios de la sección *Cultura* y enlaces a *Está pasando*, presentados hasta con cuatro palabras a manera de titulares gancho, sobre noticias culturales .

Se observa en la figura el encabezado de la sección *Cultura* y considerando que las tres primeras franjas son similares a las presentadas en *Portada* obviamos su descripción; podríamos simplemente señalar que son cabeceras especiales para cada sección.



Barra de navegación, desde la izquierda



Enlaces a distintos temas culturales, entre ellos a *Arte* y *Blogs* descritos posteriormente en el presente trabajo.



Banner

Espacio destinado para publicidad.





Cuerpo de Noticias, El País: en *Cultura*

De forma idéntica a la portada, *Cultura* de El País digital, se presenta a tres columnas: la primera más ancha que la segunda y a su vez esta más ancha que la tercera (presentación oreja)

En la primera columna se publican básicamente, fotografías, titulares y sub- títulos de noticias relacionadas con la cultura en general. En la segunda columna se destaca, mediante contraste de fondo, un apartado diario bajo sendas temáticas culturales tituladas así:

Temas de *Cultura* El País

EL Domingo	LO MÁS DESTACADO DE LA SEMANA
EL Lunes	LUNES DE ARTE
EL Martes	MARTES DE MÚSICA
EL Miércoles	MIÉRCOLES DE LIBROS
EL Jueves	JUEVES DE ESCENAS
EL Viernes	VIERNES DE CINE
EL Sábado	SÁBADO DE BABELIA

Cuenta también con fotografías, titulares y sub- títulos de noticias varias, conformadas de acuerdo a las siguientes secciones: *tema del día*, *Encuentros digitales*, *Blogs: últimas entradas*, *Opinión*, *La lidia*, *Nos gusta*, *La recomendación de...*, *Especial*, *Promociones*, enlace a *El País Tv*, *Lo más visto en...*, alternados con espacios de publicidad.

La tercera columna se presenta como oreja, similar en su estructura y contenido a *Portada*. Son idénticos los servicios ofertados en la página



principal, excepto en ofertas de empleo, cursos y vivienda que no se publican en *Cultura*. Al final se encuentran enlaces a medios y empresas relacionadas con El País.

3.3. El Comercio

Igualmente se manifiesta con un estilo contemporáneo de diseño, presenta el material en estructuras modulares, con un buen uso de imágenes y juego de blancos, se puede afirmar que está en permanente proceso de construcción, lo hemos verificado desde hace un tiempo atrás.

Cabecera de portada

Barra de navegación, desde la izquierda

Casilleros de ingreso de datos: usuario y contraseña, para interactuar⁴. Enlaces a: avisos.elcomercio.com y al club.elcomercio.com



Banner

Espacio destinado para publicidad.

⁴ “Para interactuar en nuestra página, es necesario que te registres. Con tu cuenta validada podrás realizar comentarios a las notas, reportar abusos, recibir la síntesis noticiosa, participar en encuestas y más. Tu registro es gratuito y será validado por nuestro call center”. Tomado del Diario EL COMERCIO. <http://bit.ly/nqVDf7>

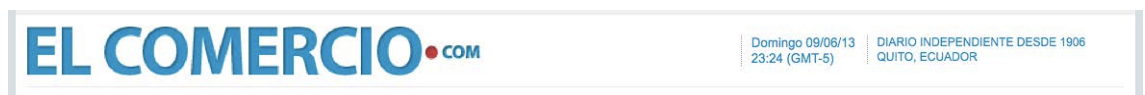


Barra de navegación, desde la izquierda

Botones de enlaces a *Ediciones anteriores*, *Servicios*, *Tarifario*, *Edición impresa*, *Suplementos*, *mapa de sitio*, *RSS*, *Twitter*, *Facebook* y buscador.



Barra de título, desde la izquierda.



Nombre- logo del periódico: EL COMERCIO.COM

Fecha y hora actualizada, y eslogan.

Banner

Destinada para publicidad.

Barra de navegación, desde la izquierda



Botones de enlaces a 12 secciones del medio, en este orden: *Home*, *Noticias*, *Mundo*, *Quito*, *Deportes*, *Opinión*, *Entretenimiento*, *Tecnología*, *Sociedad*, *País*, *Multimedia*, *Blogs* y *Suplementos*.

Barra de navegación, desde la izquierda

TEMAS CLAVE: SELECCIÓN DE ECUADOR • SOTE • LEY MINERA • RAFAEL CORREA • NELSON MANDELA • DROGA



Temas clave: presentados hasta con cuatro palabras a manera de titulares gancho.

Cuerpo de Noticias, El Comercio: en *Portada*

En seguida del encabezado se presentan las noticias a tres columnas: la primera más ancha, la tercera columna le sigue en amplitud y la segunda es la más angosta. Antes de finalizar la página se pierden las columnas y se privilegian franjas horizontales con otro tipo de información.

En la primera columna se publican noticias de actualidad de temas varios. Incluyen titulares, sub títulos, fotografías, enlaces a noticias similares. En la columna intermedia, la más angosta y en presentación oreja, se publican títulos de algunos sub temas: algunos denominados *Especial*, luego *Podcast*, *A nuestros lectores*, *Ecuador*, *Regional*, *Concurso*, *Encuesta*, *Clima*, *Política*, *Edición Impresa*.

En la tercera columna se encuentran: acceso a videos producidos por el mismo medio bajo el título *Desde la redacción*, en seguida *Ultima hora*, *Más leídos*, *Más comentados*, *Ayuda social*, *Pon tu anuncio aquí*, *Blogs*, *Hoy en los medios*, *Nuestra opinión*, *Caricatura*, *Más vistos* y las publicidades intercaladas.

Luego en sentido horizontal: *El Comercio en vivo*, *fotogalería*. Más abajo publicidades. En nueva franja *Especiales* y abajo a tres columnas: *Actualidad*, *Destacamos* y *Blogs*. En una nueva franja y a tres columnas están: *Ocio*, acceso a *El Comercio Facebook* y publicidad. Un poco más abajo *Avisos*, en seguida *Explore por nuestros productos*. Al final enlaces a secciones y sub secciones del diario y cierra con créditos del medio.



Sección Cultura El Comercio

A la sección *Cultura* se accede, desde la portada, a través del botón *Entretenimiento*.

Cabecera de sección

La cabecera de *Cultura* es idéntica a la de *Portada* en sus tres primeras franjas.



Barra de título

A diferencia de la *Portada* en este espacio se cuenta con el nombre logo del medio y no con la fecha y el eslogan.

Barra de navegación, desde la izquierda





Al igual que en *Portada* hay enlaces a secciones del medio, en este orden: *Home, Noticias, Mundo, Quito, Deportes, Opinión, Entretenimiento, Tecnología, Sociedad, País, Multimedia, Blogs y Suplementos.*

Cuerpo de Noticias, El Comercio: en *Cultura*

La estructura es la misma que se utiliza en portada. Tres columnas de distinto ancho: la primera es la más ancha y la tercera la más angosta. Al final de la primera columna se encuentran botones numerados para acceder a noticias anteriores publicadas en la sección.

The screenshot shows a news article titled "exposición 'Perros Rojos' y la crítica a la sociedad". The article text reads: "MIÉRCOLES 12/06/13 • La crítica social y el posicionamiento político son los matices detrás de la exposición 'Perros Rojos', que se exhibe hasta el 27 de junio en las ...". Below the article is a navigation bar with buttons numbered 1 to 10. To the right, there is a sidebar with a "Premios JMO 2013" section, a "Concurso" section titled "Un año más a la caza del mejor periodismo", and a "Facebook" section for "El Comercio Facebook". A "Más noticias" link is also visible.

La segunda columna tiene sub secciones tales como: *Especiales, Concurso, Poesía, Video, Documento.* En la tercera columna se publican: acceso a audio bajo el nombre de *Escuche, Destacados, Ocio, Más leídos más comentados, acceso a El Comercio Facebook.* Luego de forma horizontal están: *Videos* y fotografía en *Galería.* Una nueva franja con publicidad y abajo, de la misma manera que en portada: *Explore por nuestros productos.* Acceso a secciones: *Noticias, Mundo, Deportes, Opinión, Entretenimiento, Tecnología, Multimedia, Blogs y Servicios* y sub secciones. Finalmente cierra con créditos del medio.



Explore por nuestros productos:

Últimas Noticias | LÍDERES.ec | EL COMERCIO | revista Familia.ec | XONA.ec | Quito | platinum | educación | CLUB DE SUSCRIPTORES EL COMERCIO

NOTICIAS	MUNDO	DEPORTES	OPINIÓN	ENTRETENIMIENTO	TECNOLOGÍA	MULTIMEDIA	BLOGS	SERVICIOS
Política Seguridad Negocios Construir Quito Sociedad Salud Cultura País Agromar	Siete días Ecuatorianos en el Mundo Wikileaks	Fútbol Futbolmania	Editorial Columnistas Otros columnistas Cartas a la dirección Caricatura Justicia infinita	Agenda Cartelera de cine Horóscopo Viajes	Ciencia	Videos Audios Fotogalerías Gráficos interactivos Especiales		Anuncie aquí Registro Edición Impresa RSS Síntesis noticiosa Sitio móvil SMS Háganos su página de inicio

Mapa del sitio | Créditos | Contacto | Términos y condiciones | Manual de estilo

GRUPO EL COMERCIO | © Derechos reservados 2013 Grupo EL COMERCIO
Queda prohibida la reproducción total o parcial, por cualquier medio, de todos los contenidos sin autorización expresa de Grupo EL COMERCIO [Términos y Condiciones](#). | gda Grupo de Diarios América | COMSCORE

Explicamos ya en el apartado sobre investigación documental el procedimiento de las capturas de pantalla de la información concerniente al objeto de estudio: en términos contextuales primero y luego particulares referidos al arte contemporáneo.

Noticias de Cultura: El País y El Comercio

Noticias de *Cultura*, El País

Ahora nos proponemos revisar las formas de publicar el arte contemporáneo. Para ello y a manera de ejemplo describimos el tratamiento de las noticias culturales de un día. En la portada se encuentran dos posibilidades de ingreso a *Cultura*: mediante botón de acceso en la barra de título y navegación, y a través de una ventana de acceso a *Cultura*; se dispone de ella en la columna del medio desde la mitad de la portada hacia abajo. En su interior se publican titulares de tres noticias con la posibilidad de acceder a cualquiera de ellas.

La madre que derrotó al magistrado
VERÓNICA CALDERÓN | México | 17
La exmujer del expresidente de la Corte Suprema mexicana sale libre tras denunciar tráfico de influencias en un programa de radio



“Yo no quería ser Papa”
21
El Pontífice se reunió con 9.000 estudiantes de colegios jesuitas y respondió a sus preguntas
► “Es el Papa una paradoja?”, por H. KUNG

Asesinada una abogada transexual del Gobierno de la capital mexicana
PAULA CHOUZA | México | 7
Javier Gómez Bastida fue la primera mujer al frente de la Unidad para la Atención a Usuarios de la comunidad LGTB

CULTURA



El bestiario de la Guadalupe Nettel
ANA RAMÍREZ | México
La escritora mexicana crea un ‘zoo’ de metáforas sobre los humanos en su galardonado libro. El matrimonio de los peces rojos




El ojo de los verdugos
JACINTO ANTÓN | Barcelona
Fabricio D'Almeida destaca en un estudio inédito la vida misé de los guardias de las SS en los campos



La emoción de las máquinas
DANIEL VERDAGUER | Madrid
Ralph Hüter, fundador de Krabwerk, analiza la trayectoria de un grupo que cambió el pop

Ya en la sección Cultura, revisando la columna de la izquierda, se encuentran noticias de: música, escultura, cine, historia. En la columna del medio tres noticias de literatura. En la mitad de la página dos noticias sobre arte contemporáneo: *Arte al final del trayecto* y *Un millón por un trozo de muro*.

Calatrava debe pagar tres millones por fallos en un edificio de Oviedo
AGENCIAS | Oviedo | 154
El arquitecto inició la demanda para reclamar 7,28 millones por su trabajo en el Palacio de Congreso




Una de las obras expuestas en las naves de La Neomudéjar. / SAMUEL SÁNCHEZ

Arte al final del trayecto
ÁNGELES GARCÍA | Madrid | 2
Dos artistas convierten la antigua escuela de ferroviarios en un centro de arte contemporáneo. El lugar, conocido como La Neomudéjar, se estrena este fin de semana con el Festival IVAHM

Carmen Cervera quiere llevarse a Barcelona 100 obras de su colección

La tentación de las editoriales a no publicar óperas primas de escritores en español se agudiza con la crisis económica a favor de ‘pelotazos’ literarios

A la caza del ‘best-seller’
FLOR GRAGERA DE LEÓN | Madrid | 10
Las editoriales buscan los nuevos Brown, Morton, E. L. James o Follet. El penúltimo en llegar al selecto club de ventas planetarias es Glenn Cooper



Una turista se fotografía con ‘Steve Labour’, el supuesto ‘banky’, antes de ser amonestado por ser vendido. / ANNAH HURSEIN (CORBIDO PRESS)

Un millón por un trozo de muro
PATRICIA TUBELLA | Londres | 31
Un supuesto grafiti de Banky arrancado de la pared de un barrio de Londres es vendido en secreto después de que los vecinos pararan una primera subasta

WIDGETS

- Widget de ESKUP
- Widget de LA LIGA
- Liga de CAMPEONES
- Europa LEAGUE

BOLSAS

Ibex	+0.61
Euro Stoxx	+1.79
Cac	+1.53
Dow Jones	+1.39
Eurotop	+1.48
S&P	+1.28
Nikkei	-0.21



En la sección *Arte* están notas sobre: arte contemporáneo, pintura, escultura, música flamenca, restauración, arquitectura, fotografía, cine, literatura, patrimonio cultural, diseño.

Al observar la sección *Arte contemporáneo* se presentan dos noticias, entre los días de estudio, sin embargo, se publicaron otras que a pesar de manifestar una justa correspondencia con una visión contemporánea se las ubicó en otras categorías: cultura, arte.

Por ejemplo, el 9 de junio se publicó, con el título de *Yann Leto expone sus 'Iconografías*, la noticia de un artista que encaja, tanto en lo conceptual como por el uso de materiales y herramientas, en el ámbito del arte contemporáneo. Esta noticia se la encuentra en cultura, pintura, arte, exposiciones. Y no está en arte contemporáneo, exposiciones temporales, pintores, artistas.



Análisis de una noticia de arte, El País

Para ejemplificar, mostramos cómo se presentan de manera general las noticias. Una nota tomada al azar con el título de *La fotografía mexicana de ahorita*, del 07 de junio de 2013.



Su formato contiene: título, copete, autor, fecha, hora de incorporación de la noticia, número de personas que opinan sobre la nota, graficada con un ícono, en *Ver comentarios* y etiquetas en *Archivado en*. A continuación se adjunta una fotografía de una de las obras, con el pie de foto y su respectivo crédito.

Al ingresar en el texto de *La fotografía mexicana de 'ahorita'* nos permite acceder a vínculos sobre temáticas tratadas en la noticia. Estos enlaces se resaltan en color rojo y conducen a nuevas ventanas con presencia de más información.



The image shows a webpage layout. On the left, there are social media sharing buttons for Facebook (37), Twitter (13), LinkedIn (0), and Google+ (0). Below these are buttons for 'Enviar', 'Imprimir', and 'Guardar'. The main text discusses Manuel Álvarez Bravo and René Escalante, mentioning the 'Museo de América' and 'Fotografía Mexicana Ahorita'. A section titled 'Los colores llamativos, los desiertos, las imágenes conceptuales, se suceden en las salas del museo.' is followed by a paragraph about 'Organizada sin más ayudas institucionales...'. On the right, there is a 'ÚLTIMA HORA' widget with a 'Regístrate' button at the top. The widget contains two news items: one about Charla EN DIRECTO with the actriz Maribel Verdú, and another about 'Condena a Calatrava'. Below the widget is a banner for 'ESTAR LISTO ES SER LISTO.'.

Se observa hacia la izquierda, en la parte superior, algunos servicios mediante el acceso a botones. En columna, de arriba hacia abajo, los cuatro primeros servicios: *Recomendar en Facebook*, *Twitter*, *Enviar a LinkedIn*, *Enviar a Google+*, todos con sendos marcadores de usuarios que aplicaron su preferencia por uno de ellos.

Luego, de izquierda a derecha, tres botones que permiten: *Enviar a Tuenti*⁵, *Enviar a Menéame*⁶ y *Enviar a Eskup*⁷. A continuación y en

⁵ Tuenti es una red social española, permite al usuario crear su propio perfil, añadir a otros usuarios como amigos e intercambiar mensajes, fotos, vídeos, páginas o eventos. Tiene servicio de chat, individual y en grupo y videochat, solo con una persona, pertenece a Movistar y a Telefónica: <http://www.queestuenti.com/>

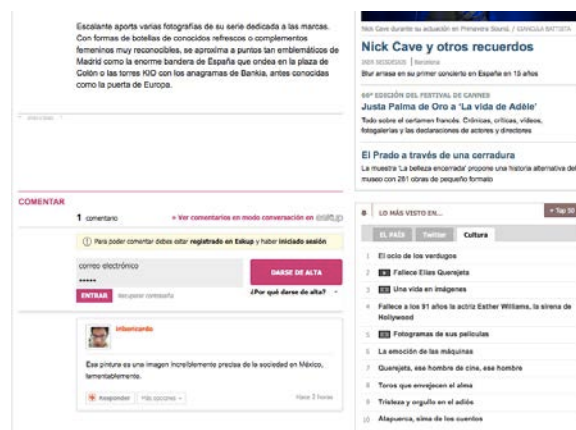
⁶ Menéame: Es un web que te permite enviar una historia que será revisada por todos y será promovida, o no, a la página principal. Cuando un usuario envía una noticia ésta queda en la *cola de pendientes* hasta que reúne los votos suficientes para ser promovida a la página principal. También encontrarás más información, dudas, recomendaciones en el [wiki del menéame](http://www.meneame.net/faq-es.php). <http://www.meneame.net/faq-es.php>

⁷ Eskup es dialogar, compartir, aprender; es una conversación en muchas direcciones sobre los temas que nos interesan. Es una red porque nos relacionamos, pero donde lo que importa es el mensaje. Creado por el equipo de elpais.com, desde ahí lo utilizaremos periódicamente. Pero Eskup da para mucho más: es el lugar en el que encontrarás a expertos hablando de sus temas, donde podrás preguntar o responder, callar o leer, informarte o informar. Eskup es un medio de comunicación vivo y abierto.

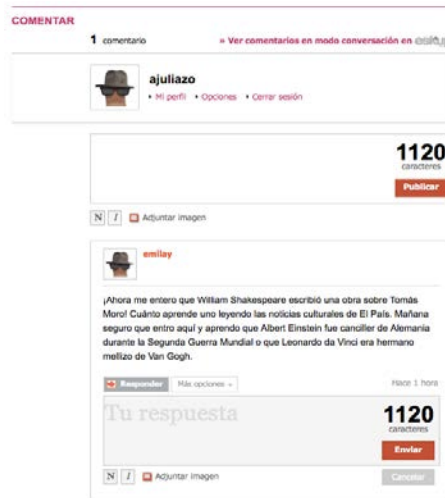


columna, de arriba abajo, tres botones que invitan a: *Enviar*, *Imprimir* y *Guardar*. Estos servicios conforman la estructura de cada noticia, es decir, están disponibles para todas ellas.

Finalmente, debajo de la noticia se dispone de una ventana con el título *Comentar*. Se anuncian el número de comentarios y la posibilidad de verlos en modo conversación en eskup. Se puede entrar con el correo electrónico, también en caso de olvido se accede a recuperar contraseña o, si no se requiere del servicio, darse de alta. Quienes pueden hacerlo debieron registrarse previamente.



Quienes presentaron solicitud de suscripción, al igual que el autor del trabajo reconocido como ajuliazos para El País, pueden emitir su opinión, crítica o comentario en general sobre la noticia tratada. Además es posible emitir una opinión de otros suscriptores. Para la escritura del mensaje, hasta con 1120 caracteres, se dispone de tres botones los cuales posibilitan: escribir en negritas, escribir en cursivas y adjuntar imagen.



Lunes de arte

Los días lunes, para el caso el 10 de junio, en la sección *Cultura*, por la columna del medio, se encuentran diez noticias bajo el título de LUNES DE ARTE, escrito con mayúsculas; 6 de ellas corresponden al tema de arte contemporáneo. Se incorpora también una publicidad.

Sus películas en vídeo
EL PAÍS
Dirigió dos cortos documentales, y su trabajo como productor fue clave en las últimas cuatro décadas del cine español

Una vida en imágenes
RFP 2
Un recorrido por la vida personal y profesional de Elías Querejeta, desde sus días como futbolista en la Real Sociedad, hasta sus protestas por el aumento del IVA a la cultura

Fallece Elías Querejeta
GREGORIO BELINCHÓN | Madrid | RFP 43
Su nombre es fundamental para entender lo que fue el gran cine de autor durante casi medio siglo en España

Querejeta, ese hombre de cine, ese hombre... por C ROYERO
Sus cineastas fundamentales (entre el fin de ETA), por E. Q.
FOTOGALERÍA Desde 'La casa' hasta 'Siete mesas de billar francés'

UNIVERSOS PARALELOS
El ejército más mimado
DIEGO A. MANRIQUE
El ejército de EE UU fabricó para sus soldados millones de discos, con contenidos exclusivos, muchos ejemplares se salvaron y volvieron a circular en copias piratas

Familiares y amigos despiden con cariño y humor a Tom Sharpe
EL PAÍS | Paísajalgal
Los 160 asistentes a la velada en Belchite, sus copias de

Regístrate

LUNES DE ARTE

Foto de la performance Future Perfect de Tara Subkoff con Mila Javoch y ANDRÉ LUCY (EL PAÍS)

Una urna contra la vanidad del tiempo y la belleza
ROBERTA BOICO | Barcelona
La modelo y actriz Mila Javoch participa en la performance/instalación de Tara Subkoff contra el consumismo

Regístrate gratis y gana tu primer euro

Regístrate

TECNOLOGÍA
MOTOR
SOCIEDAD
- Vida & Artes
- Educación
- Salud
- Ciencia
- Medio Ambiente
- Seguridad
- Consumo
- Comunicación
- Tecnología
- TV
DEPORTES
- Fútbol
- Baloncesto
- Tenis
- Ciclismo
- Fórmula 1
- Moto
- Golf
- Otros deportes
- Champions League
- Europa League
- 2000
- Eurocopa
CULTURA
- Línea
- Cine
- Música
- Teatro y Danza
- Arte
- Arquitectura
- Moda
- Gastronomía
- El Español
- Tentaciones
- Tona
TELEVISIÓN
- Programación
GENTE
SUCEOS
COSTURARIOS
- BLOG
- EL PAÍS SEMANAL
- SPINCA



Noticias de *Cultura*, El Comercio

Desde *Portada* se puede ingresar mediante el botón *Entretenimiento* el mismo que posibilita el acceso a: *Agenda*, *Cartelera* y *Cultura*. Una vez ubicados en la sección se encuentran en la columna izquierda titulares de noticias culturales varias: arte, literatura, exposiciones y más temas. Generalmente la primera noticia se presenta a dos columnas con fotografía.

En la columna intermedia, en formato oreja, se presentan ventanas de: concurso, cultura, la imperdible, exposiciones, opinión y otros. En la columna derecha están: publicidad, Escuche con un menú, en columna, para acceder a los audios literarios. Luego ventana de destacados. Abajo una ventana de ocio, en seguida Más leídos más comentados.

Análisis de una noticia de arte, El Comercio

La noticia motivo de análisis se titula *Una exposición de arte multisensorial se realizó en Cuenca*. El formato de la noticia abarca la primera y segunda columnas; contiene en la primera: el título como único componente establecido en las dos columnas, sub título para acceso a fotogalería numerada, fotografía, pie de foto y crédito, tiempo de lectura, número de palabras, lugar de redacción, hora de incorporación de la noticia, fecha, cuerpo del texto y finalmente califique entre cinco votos posibles.

En la segunda columna están, desde arriba: menú para enviar a Facebook, Twitter y Google+. Abajo como barra de acceso vertical con el nombre de *Herramientas* se encuentran: agrandar/achicar, enviar, imprimir, comentar, corregir la noticia, compartir con correo, Facebook, Twitter y con otras redes, finalmente contador de lecturas. Luego para terminar aparece un listado de etiquetas relacionadas con la nota.

El cuerpo de la noticia tiene algunos fragmentos resaltados en negritas. Los enlaces- etiquetas, están a la derecha del texto con una sola palabra. El uso de negritas permite la facilidad de lectura conocida como lectura por escaneo. Al final de la noticia se puede calificar hasta con 5 votos.

Una exposición de arte multisensorial se realizó en Cuenca

EXPOSICIÓN DE PINTURA LABERINTO DE BEATERÍAS 1 de 8

Imagen de la exposición Laberinto de beaterías de Fernando Coellar Márquez. Foto: Ivanna Zauzich/ EL COMERCIO

• TIEMPO DE LECTURA: 2' 1" • NO. DE PALABRAS: 301

• Redacción Cuenca • 11:16 • Viernes 07/06/2013

La noche del 6 de junio se inauguró, en Cuenca, la **exposición Laberinto de beaterías de Fernando Coellar Márquez**. Este cuencano, radicado en

Like 0
Twittear 0
+1 0

Herramientas

- A A Agrandar / Achicar
- ✉ Enviar
- 🖨 Imprimir
- 💬 Comentar
- ✓ Corregir
- ➦ Compartir
- 📄 117 lecturas

Etiquetas

- ARTE,
- CUENCA,
- PINTURA,
- EXPOSICIÓN,
- FERNANDO COELLAR

En la fotogalería hay la opción de acceder a las ocho fotografías, como ejemplo incorporamos algunas capturas.

Una exposición de arte multisensorial se realizó en Cuenca

EXPOSICIÓN DE PINTURA LABERINTO DE BEATERÍAS 2 de 8

Imagen de la exposición Laberinto de beaterías de Fernando Coellar Márquez. Foto: Ivanna Zauzich/ EL COMERCIO

Herramientas

- A A Agrandar / Achicar
- ✉ Enviar
- 🖨 Imprimir
- 💬 Comentar
- ✓ Corregir
- ➦ Compartir
- 📄 106 lecturas

Etiquetas

- ARTE,
- CUENCA,

Una exposición de arte multisensorial se realizó en Cuenca

EXPOSICIÓN DE PINTURA LABERINTO DE BEATERÍAS 3 de 8

Imagen de la exposición Laberinto de beaterías de Fernando Coellar Márquez. Foto: Ivanna Zauzich/ EL COMERCIO

Herramientas

- A A Agrandar / Achicar
- ✉ Enviar
- 🖨 Imprimir
- 💬 Comentar
- ✓ Corregir
- ➦ Compartir
- 📄 106 lecturas

Etiquetas

- ARTE,
- CUENCA,



3.4. Composición de fichas de análisis

Una precisión: los medios digitales tienen la capacidad de almacenar en archivos las informaciones anteriores por ello si hoy accedemos a las noticias publicadas, en la sección *Cultura*, de cualquiera de los dos medios veremos que algunas son del día y otras ya las leímos ayer, o incluso en días pasados, pero se mantienen en la página. Este tratamiento generó la lógica de que en el mismo espacio se presentan notas informativas del instante y otras anteriores que tienen su grado de relevancia y permanecen uno o varios días más. De acuerdo a la lógica comentada se realizó el estudio.

Durante las sesiones de análisis y con miras a cumplir los objetivos planteados al inicio de la investigación constatamos que:

Los medios analizados presentan las noticias en su componente estructural, cada uno de ellos con su propio diseño y estilo, en el cien por cien de los casos de la misma manera como se analizó en páginas anteriores. (ver *Análisis de una noticia de arte, El País* y *Análisis de una noticia de arte, El Comercio*). En síntesis: un titular con algunos componentes informativos y acceso a herramientas digitales. Una fotografía con pie de foto y crédito. El cuerpo del texto informativo, en ocasiones acompañado de enlaces y componentes resaltados en negritas. Luego cada uno de ellos facilitan, mediante la presencia de botones, el acceso a mecanismos de interacción diversa, de acuerdo a las herramientas mostradas.

Se exceptúa en *El País* cuando la noticia proviene de los blogs dedicados al arte: *El arte en la edad del silicio* y *Sin título*. En esta situación el tratamiento informativo es distinto, en el fondo y en la forma, pues se evidencia que los datos informativos son abundantes y avalados en varias



fuentes. Esta afirmación se constata cuando a lo largo del texto se ofertan enlaces sobre algunos temas tratados. Además la misma noticia se presenta con un juego de imágenes fijas y móviles. Es decir, se tiene acceso a la lectura del texto enriquecido con enlaces a temas de interés. En realidad, más que una noticia es un reportaje multimedia. Se cuenta con fotografías y acceso a videos de diversas fuentes. Se puede llegar a *Categorías*, un listado de etiquetas relacionadas al arte contemporáneo. Y se tiene la posibilidad de emitir criterios sobre la nota, acción permitida a los suscriptores, vía Eskup. Veamos fragmentos de una nota tomada del blog, respaldada en capturas de pantalla.

The screenshot shows a news article from EL PAÍS. The main title is "Sónar 2013: desde las ondas sonoras a los ondas cerebrales en 20 años" by Roberta Bosco and Stefano Caldana, dated June 13, 2013. The article features a photo of a man wearing a head-mounted display. A red link "El arte en la EDAD DEL SILICIO" is visible. The article discusses digital art, net.art, and the future of art in the 21st century. It also includes a section "SOBRE LOS AUTORES" and a bio for the authors.

En la captura mostrada a continuación se destaca en el texto y con color rojo la posibilidad de enlace a muchas páginas de la red, independientes del medio. Además, y como a lo largo de toda esta nota se presentan videos y fotografías sobre el hecho noticioso.

Knitic y su extensión **NeuroKnitting** se presentan en la nueva sección **expositiva** del festival, el **Sónar+D**, en el marco de la tercera edición del **Music Hack Day** (MHD). El encuentro, que se celebra hoy y mañana (13 y 14 de junio), ofrecerá a un grupo de **hackers** y desarrolladores la posibilidad de dar rienda suelta, durante **24 horas sin interrupciones**, a una **tormenta de ideas** para desarrollar una aplicación en el campo musical. En la cita participan más de cien **hackers** de todo el mundo, seleccionados a través de una convocatoria previa, ya que el **MHD**, coordinado por el **Music Technology Group** de la **Universidad Pompeu Fabra**, no es un evento abierto a todos los asistentes del **Sónar**. De todas formas, el público podrá ver **NeuroKnitting** en acción durante la **presentación** de los **hacks**, el **viernes**, en el lounge del MHD.



Sónar+D, que plasma la evolución de las **áreas profesionales** y **new media** del festival, es la **mayor novedad de la 20ª edición**, junto con el nuevo emplazamiento del **Sónar de Día**, en el amplio espacio del **Palacio de Congresos** de la **Feria de Montjuïc**. **Sónar+D** presenta un conjunto de actividades con el mismo eje central: **hacer más visible y accesible** la relación entre **creatividad, tecnología, movilidad, innovación y negocio**, indican los organizadores.

En la nueva sede, además de las tradicionales **actuaciones musicales**, a lo largo del día se desplegará una **amplia y completa programación** que incluye talleres, instalaciones interactivas, presentaciones de productos, proyecciones de películas, conferencias. También habrá **iniciativas de carácter empresarial** en el ámbito de la creatividad, la tecnología y la música, como los encuentros con los grandes nombres de la programación en **Meet The Expert**, un espacio para **profesionales acreditados**, que quieran ampliar su red de contactos, presentar un proyecto o satisfacer dudas puntuales con algunos de los 23 **especialistas en los distintos ámbitos de la innovación y la creación tecnológica**.

ARCO **BLOGGERS**
ma
drid.

FERIA INTERNACIONAL DE ARTE CONTEMPORÁNEO

ARCO Bloggers es una experiencia editorial participativa online de Roberta Bosco y Stefano Caldana para ARCOmadrid 2013.

ARCO Bloggers es un proyecto experimental y un encuentro de bloggers y creadores de opinión en la red, que tendrá lugar en el marco del Foro de Expertos, durante la feria de arte contemporáneo ARCOmadrid 2013.

TWITTER
El arte en la edad del silicio

FACEBOOK

El arte en la edad del silicio
Me gusta 2.539

El arte en la edad del silicio
"Sónar 2013: desde las ondas sonoras a los ondas cerebrales en 20 años"
...con Mar Canet, Varvara Guljajeva, Sebastián Mealla
...y también Music Hack Day, Music Technology Group, Ultra-lab, Eva Domènech, Óscar Martín, Adrià Navarro, Media Interactive Design (Bhoreal/Posada) ...y mucho más !!!

Sónar 2013: desde las ondas sonoras a los ondas cerebrales en 20 años
blogs-elipsis.com
"Neuroknitting" de Mar Canet, Varvara Guljajeva y Sebastián Mealla. Foto: Sytse Wieringa. Mover objetos con el

Plug-in social de Facebook

ARCO **BLOGGERS**
ma
drid.

FERIA INTERNACIONAL DE ARTE CONTEMPORÁNEO

ARCO Bloggers es una experiencia editorial participativa online de Roberta Bosco y Stefano Caldana para ARCOmadrid 2013.

ARCO Bloggers es un proyecto experimental y un encuentro de bloggers y creadores de opinión en la red, que tendrá lugar en el marco del Foro de Expertos, durante la feria de arte contemporáneo ARCOmadrid 2013.

TWITTER
El arte en la edad del silicio

FACEBOOK

El arte en la edad del silicio
Me gusta 2.539

El arte en la edad del silicio
"Sónar 2013: desde las ondas sonoras a los ondas cerebrales en 20 años"
...con Mar Canet, Varvara Guljajeva, Sebastián Mealla
...y también Music Hack Day, Music Technology Group, Ultra-lab, Eva Domènech, Óscar Martín, Adrià Navarro, Media Interactive Design (Bhoreal/Posada) ...y mucho más !!!

Sónar 2013: desde las ondas sonoras a los ondas cerebrales en 20 años
blogs-elipsis.com
"Neuroknitting" de Mar Canet, Varvara Guljajeva y Sebastián Mealla. Foto: Sytse Wieringa. Mover objetos con el

Plug-in social de Facebook

Si los mecanismos de presentación de las informaciones mantienen una regularidad, el análisis en esta fracción de la investigación hubiese concluido. Por lo tanto, con miras a conseguir nuevos datos realizamos una revisión sobre la manera de presentar las noticias en la página de *Cultura*, criterio válido para los medios en cuestión. En este sentido presentamos algunos referentes estadísticos y gráficos que facilitan la comprensión del tema analizado.

La ficha de análisis tiene la siguiente composición: En la primera columna se colocan los temas publicados, las siguientes siete columnas recogen el día de publicación y número de entradas diarias, y una columna final con el total de publicaciones de la semana; las segunda y tercera filas se refieren a arte contemporáneo y arte moderno, motivos de estudio. Recordemos que los datos presentados corresponden a la sección *Cultura*, lugar en el que se puede acceder a estas informaciones.



3.5. Temas del arte recurrentes: El País

Tabla 1. Temas del arte recurrentes: El País

El País.com http://cultura.elpais.com/ capturas de pantalla desde el 9 al 15 de junio de 2013								
Sección Cultura: número de referencias por tema, de todos los publicados cada día.								
TEMAS	día 1 domingo 9	día 2 lunes 10	día 3 martes 11	día 4 miércoles 12	día 5 jueves 13	día 6 viernes 14	día 7 sábado 15	Total semana
arte contemporáneo	4	10	8	10	11	8	5	56
arte moderno	8	6	2	2	7	9	8	42
Música	9	8	21	11	13	20	12	94
Literatura	16	16	13	18	10	10	14	97
cine/audiovisuales	7	15	14	11	12	30	15	104
Historia	2	2	4	2	2	2	2	16
Arquitectura	3	4	2	2	3	4	3	21
teatro/danza	1	1	1	2	10	8	7	30
Gastronomía	1	3	3	3	2	2	2	16
Fotografía	2	0	0	2	1	0	0	5
lidia	6	4	4	4	4	5	5	32
Diseño	1	1	2	1	1	0	0	6
Moda	0	0	0	0	0	2	1	3
Internet	0	0	0	0	0	0	1	1
enlace fotogalería	4	2	3	1	4	5	5	24
enlace video	6	7	4	1	10	14	5	47
enlace Twitter	1	1	0	0	1	1	1	5
enlace a blogs	5	5	4	8	8	10	8	48
enlace a Facebook	0	0	0	0	0	1	0	1
enlace a Promociones	0	0	1	1	1	1	1	5
enlace a Encuentros digitales	0	1	1	2	2	3	0	9
titulares en enlace <i>Nos gusta</i>	2	2	2	2	2	2	2	14
titulares en enlace <i>La recomendación de...</i>	2	2	2	2	2	2	2	14
titulares en enlace <i>Especial</i>	3	1	4	1	2	5	5	21
titulares en enlace a <i>El País TV</i>	3	4	4	3	4	6	2	26
titulares en enlace a <i>opinión</i>	4	4	4	4	4	4	4	28
titulares en enlace a <i>Lo más visto en...</i> (El País, Twitter y Cultura)	30	30	30	30	30	30	30	210
titulares en enlaces varios especiales	4	1	1	1	1	3	2	13
titulares en ventana de <i>Blogs</i>	4	4	4	4	4	4	4	28
Publicidad	3	3	3	4	5	3	6	27



espacios en blanco para publicidad	2	4	4	4	1	3	2	20
------------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	----

Fuente: elaboración propia

3.6. Temas del arte recurrentes: El Comercio

Tabla 2. Temas del arte recurrentes: El Comercio

El Comercio.com http://www4.elcomercio.com/cultura/ capturas de pantalla desde el 9 al 15 de junio de 2013								
Sección Cultura: número de referencias por tema, de todos los publicados cada día.								
TEMAS	día 1 domingo 9	día 2 lunes 10	día 3 martes 11	día 4 miércoles 12	día 5 jueves 13	día 6 viernes 14	día 7 sábado 15	Total semana
arte contemporáneo	6	6	9	6	7	7	5	46
arte moderno	5	4	6	4	5	6	8	38
literatura	8	6	8	5	5	4	4	40
música	1	0	0	1	1	2	1	6
teatro	0	6	2	2	1	0	0	11
cultura	0	0	0	0	5	2	2	9
ocio	1	0	0	0	1	0	0	2
destacados	1	0	1	1	1	1	1	6
opinión: enlace a <i>Sondeo</i>	1	1	1	1	1	1	1	7
enlaces en <i>Ocio</i>	4	4	4	4	4	4	4	28
enlace a <i>Concurso</i>	2	2	2	2	2	2	2	14
enlace de audio <i>Escuche</i>	6	6	6	6	6	6	6	42
enlaces a <i>Más leídos, Más comentados</i>	10	10	10	10	10	10	10	70
enlaces a <i>Videos</i>	5	5	5	5	5	5	5	35
enlaces a fotogalería <i>Galería</i>	1	1	1	1	1	1	1	7
enlace a <i>El Comercio Facebook</i>	1	1	1	1	1	1	1	7
Facebook social <i>plugin</i>	1	1	1	1	1	1	1	7
enlace a botón: RSS, Twitter, Facebook	1	1	1	1	1	1	1	7
enlace a <i>Ingrese, Regístrese</i>	1	1	1	1	1	1	1	7
publicidad	5	7	5	3	5	5	5	35

Fuente: elaboración propia



En primer lugar, según las tablas 1 y 2, en la semana de estudio, podemos apreciar la multiplicidad de temas que se publican en los dos diarios, para efectos de nuestro estudio detallamos que diario El País presenta 56 referencias de arte contemporáneo frente a 46 de diario El Comercio, como se observa en la Tabla 3 y el Gráfico 1. Hay 42 menciones sobre arte moderno en El País y 38 en diario El Comercio,

Tabla 3. Entradas a noticias sobre arte contemporáneo por día y total

Entradas a noticias sobre arte contemporáneo por día y total								
Arte contemporáneo	día 1 domingo 9	día 2 lunes 10	día 3 martes 11	día 4 miércoles 12	día 5 jueves 13	día 6 viernes 14	día 7 sábado 15	Total semana
El País	4	10	8	10	11	8	5	56
El Comercio	6	6	9	6	7	7	5	46

Fuente: elaboración propia

Gráfico 1. Entradas sobre arte contemporáneo



Fuente: elaboración propia



Tabla 4. Sección Cultura El País: sub temas, número de referencias sobre arte contemporáneo y arte moderno, y soportes utilizados

El País.com http://cultura.elpais.com/ capturas de pantalla desde el 9 al 15 de junio de 2013								
Sección Cultura: sub temas, número de referencias sobre arte contemporáneo y arte moderno, y soportes utilizados								
TEMAS	día 1 domingo 9	día 2 lunes 10	día 3 martes 11	día 4 miércoles 12	día 5 jueves 13	día 6 viernes 14	día 7 sábado 15	Total semana
ARTE CONTEMPORÁNEO								
administración	0	0	1	2	2	2	2	9
artistas	0	0	1	1	1	1	0	4
multimedia	0	0	1	0	0	0	0	1
grafiti	1	1	0	0	0	0	0	2
video arte	1	1	1	1	0	0	0	4
fotografía	0	4	2	2	4	2	3	17
arte digital	0	0	0	1	1	1	0	3
arte sonoro	2	2	0	0	0	0	0	4
bienales, ferias, eventos	0	1	2	3	3	2	0	11
pintura	0	1	0	0	0	0	0	1
TOTAL	4	10	8	10	11	8	5	56
SOPORTE UTILIZADO								
texto y foto	3	7	7	6	6	3	3	35
solo texto	1	1	1	2	2	2	1	10
video	0	0	0	0	1	1	0	2
fotogalería	0	0	0	1	2	1	1	5
blog	0	2	0	1	0	1	0	4
TOTAL	4	10	8	10	11	8	5	
ARTE MODERNO								
escultura	2	2	0	0	0	0	0	4
pintura	1	1	1	2	6	7	5	23
fotografía	2	0	0	0	0	0	0	2
exposición multimedia	0	0	0	0	0	0	1	1
administración	2	2	1	0	0	1	1	7
TOTAL	8	6	2	2	7	9	8	
SOPORTE UTILIZADO								
texto y foto	4	2	1	1	3	4	4	19
solo texto	1	1	1	1	1	2	1	8
video	1	1	0	0	1	1	1	5
fotogalería	1	1	0	0	1	1	1	5
video	1	1	0	0	1	1	1	5
TOTAL	8	6	2	2	7	9	8	42

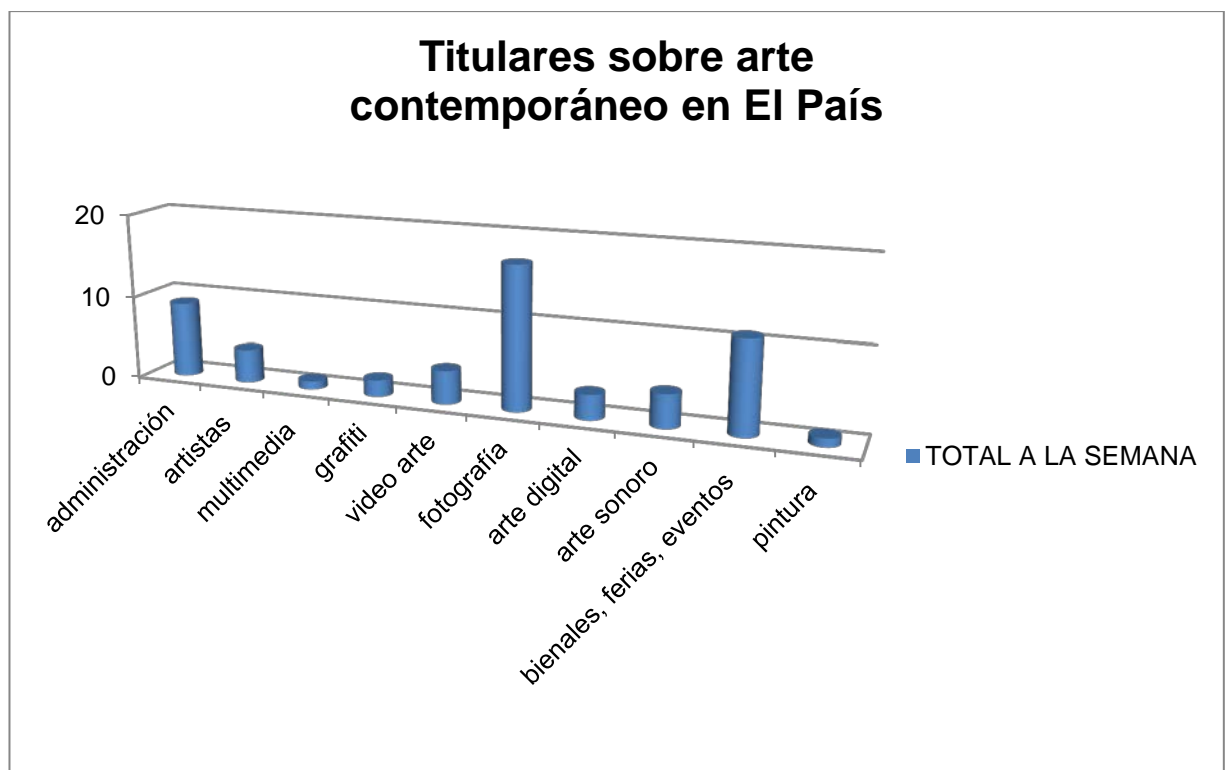
Fuente: elaboración propia



En la tabla 4 apreciamos que el tema en titulares, sobre arte contemporáneo, en un solo día, con mayor recurrencia es el de fotografía; cuatro anuncios tanto el martes como el jueves. Luego con tres entradas se encuentran las informaciones de eventos, bienales o ferias de arte. Con dos entradas se presentan: arte sonoro, administración del arte, nuevamente fotografía y eventos- bienales. Otros temas se presentaron por una ocasión: administración del arte, artistas, multimedia, grafiti, video arte, arte digital, eventos- bienales y pintura.

De hecho en la sumatoria de toda la semana el tema más recurrente fue la fotografía con 17 entradas, luego eventos- bienales con 11, le sigue administración del arte con 9 y con menos publicaciones se encuentran artistas y arte sonoro con 4 cada uno, como vemos en el siguiente gráfico.

Gráfico 2. Titulares sobre arte contemporáneo en El País



Fuente: elaboración propia



Según la tabla 5 y el gráfico 3, el soporte más utilizado para presentar los titulares de arte contemporáneo - en diario El País- es el de texto y fotos, seguido por solo texto.

Tabla 5. Soporte utilizado para titulares de arte contemporáneo en El País

SOPORTE UTILIZADO PARA TITULARES DE ARTE CONTEMPORÁNEO EN EL PAÍS	TOTAL
texto y foto	35
solo texto	10
video	2
fotogalería	5
blog	4

Fuente: elaboración propia

Gráfico 3. Soporte utilizado para titulares de arte contemporáneo en El País



Fuente: elaboración propia

Indiscutiblemente, el tema de arte moderno tratado como prioridad en diario El País, en la semana analizada, es la pintura, como vemos en la tabla 6 y el gráfico 4; seguido muy de lejos por temas administrativos como entrevistas a funcionarios culturales, noticias de dirección de un museo, etc. Al igual que en publicaciones de arte contemporáneo, se utilizan los mismos soportes de texto y solo texto para difundir arte moderno (tabla 7 y gráfico 5)

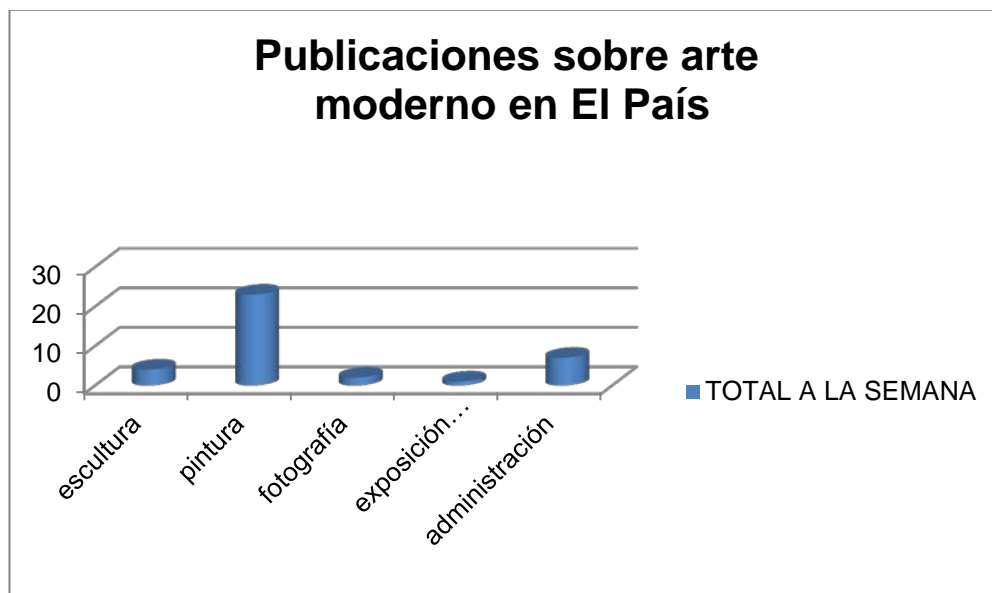


Tabla 6. Publicaciones sobre arte moderno en El País

SUBTEMAS DE ARTE MODERNO EN EL PAÍS	TOTAL A LA SEMANA
Escultura	4
Pintura	23
Fotografía	2
exposición multimedia	1
Administración	7

Fuente: elaboración propia

Gráfico 4. Publicaciones sobre arte moderno en El País



Fuente: elaboración propia

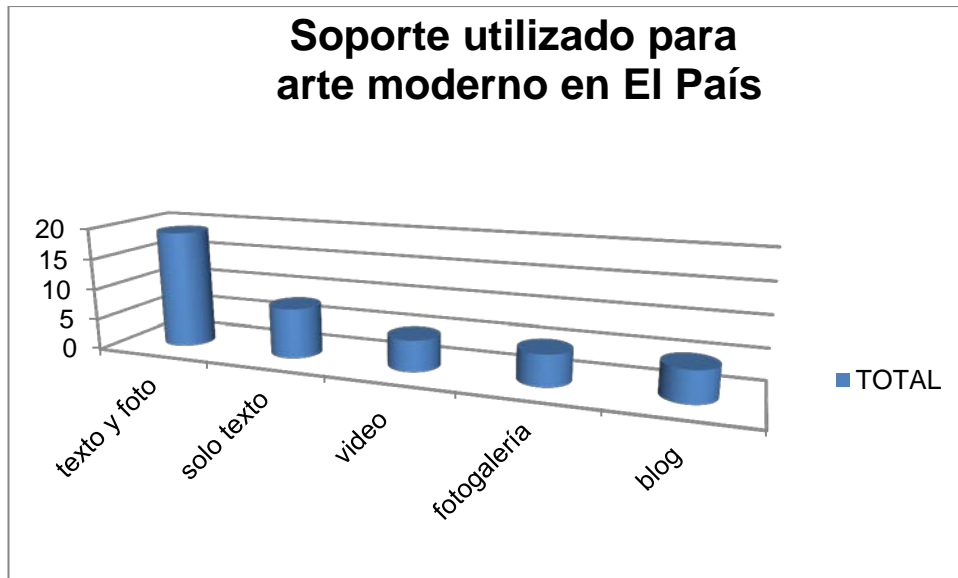
Tabla 7. Soporte utilizado para titulares de arte moderno en El País

SOPORTE UTILIZADO PARA ARTE MODERNO EN EL PAÍS	TOTAL
texto y foto	19
solo texto	8
video	5
fotogalería	5
blog	5

Fuente: elaboración propia



Gráfico 5. Soporte utilizado para titulares de arte moderno en El País



Fuente: elaboración propia



Tabla 8

El Comercio.com http://www4.elcomercio.com/cultura/ capturas de pantalla desde el 9 al 15 de junio de 2013								
Sección Cultura: sub temas, número de referencias sobre arte contemporáneo y arte, y soportes utilizados.								
TEMAS	día 1 doming o 9	día 2 lunes 10	día 3 martes 11	día 4 miércoles 12	día 5 jueves 13	día 6 viernes 14	día 7 sábado 15	Total semana
ARTE CONTEMPORÁNEO								
administración	1	1	1	1	2	3	3	12
artistas	2	2	2	1	0	0	0	7
multimedia	3	3	1	2	4	3	2	18
Grafiti	0	0	0	0	0	0	0	0
video arte	0	0	0	0	0	0	0	0
Fotografía	0	0	0	0	0	0	0	0
arte digital	0	0	0	0	0	0	0	0
arte sonoro	0	0	0	0	0	0	0	0
bienales, ferias, eventos	0	0	5	2	1	1	0	9
pintura	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	6	6	9	6	7	7	5	46
SOPORTE UTILIZADO								
texto y foto	1	1	2	2	4	4	3	17
solo texto	4	4	6	3	2	2	1	22
video	1	1	1	1	1	1	1	7
fotogalería	0	0	0	0	0	0	0	0
blog	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	6	6	9	6	7	7	5	
ARTE MODERNO								
escultura, cerámica	1	2	4	2	3	2	3	17
pintura	2	1	1	1	1	3	2	11
dibujo	0	0	0	0	0	0	2	2
exposición multimedia	0	0	0	0	0	0	0	0
administración	2	1	1	1	1	1	1	8
TOTAL	5	4	6	4	5	6	8	38
SOPORTE UTILIZADO								
texto y foto	4	3	4	3	4	3	2	23
solo texto	0	0	1	0	0	2	5	8
video	0	0	0	0	0	0	0	0
fotogalería	1	1	1	1	1	1	1	7
TOTAL	5	4	6	4	5	6	8	

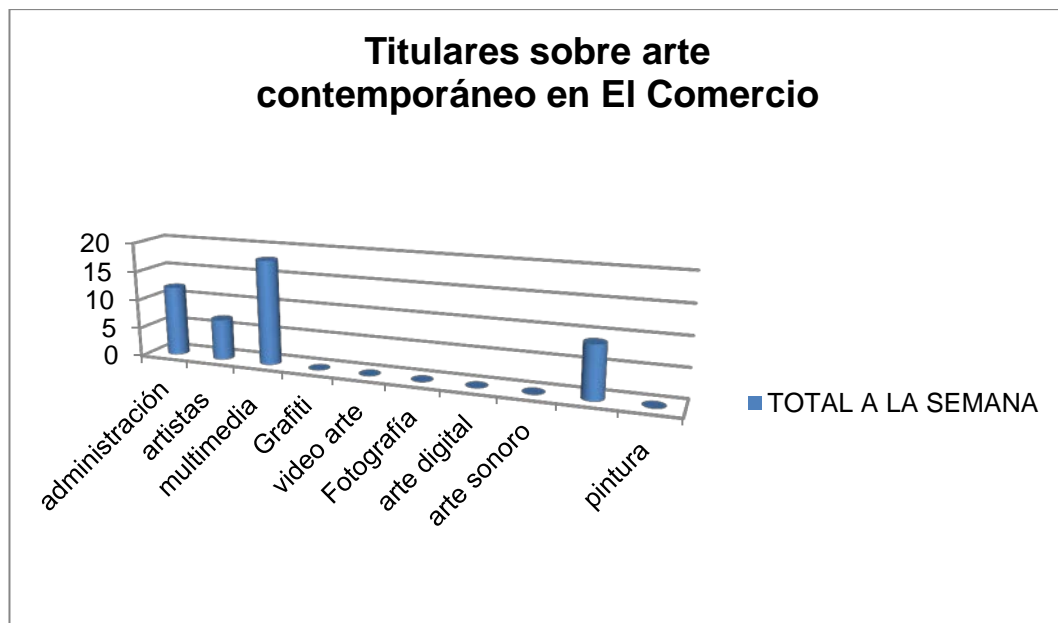
Fuente: elaboración propia



En el análisis de la tabla 8 se observa que el tema, relacionado al arte contemporáneo, que más se publicó, en diario El Comercio, un solo día es el de eventos- bienales y ferias con 5 entradas, el martes. Luego, el jueves con 4 entradas se presenta multimedia. Después con 3 entradas están: nuevamente multimedia y también administración del arte. Con 2 tabulaciones: administración del arte, artistas, multimedia y eventos-bienales. Otros temas se publicaron una vez alguno de los días; mientras tanto otros no fueron considerados.

En la sumatoria semanal se destaca el tema de multimedia con 18 entradas. Le sigue administración del arte con 12. Después con 9 el tema de eventos- bienales y con 7 el grupo de artistas. En la lista se encuentran temas que finalmente no tienen entradas, según gráfico 6.

Gráfico 6. Titulares sobre arte contemporáneo en El Comercio



Fuente: elaboración propia



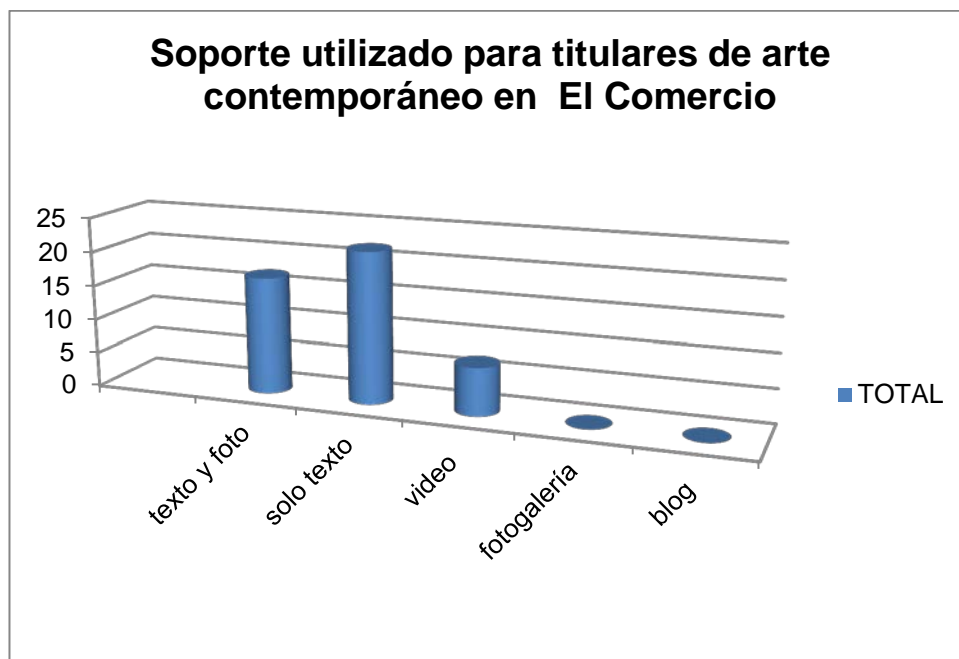
En la tabla 9 y el gráfico 7 vemos que para El Comercio el principal soporte de los titulares de arte contemporáneo es el texto, seguido del uso de texto y foto.

Tabla 9. Soporte utilizado para titulares de arte contemporáneo en El Comercio

SOPORTE UTILIZADO PARA TITULARES DE ARTE CONTEMPORÁNEO EN EL COMERCIO	TOTAL
texto y foto	17
solo texto	22
video	7
fotogalería	0
blog	0

Fuente: elaboración propia

Gráfico 7. Soporte utilizado para arte contemporáneo en El Comercio



Fuente: elaboración propia



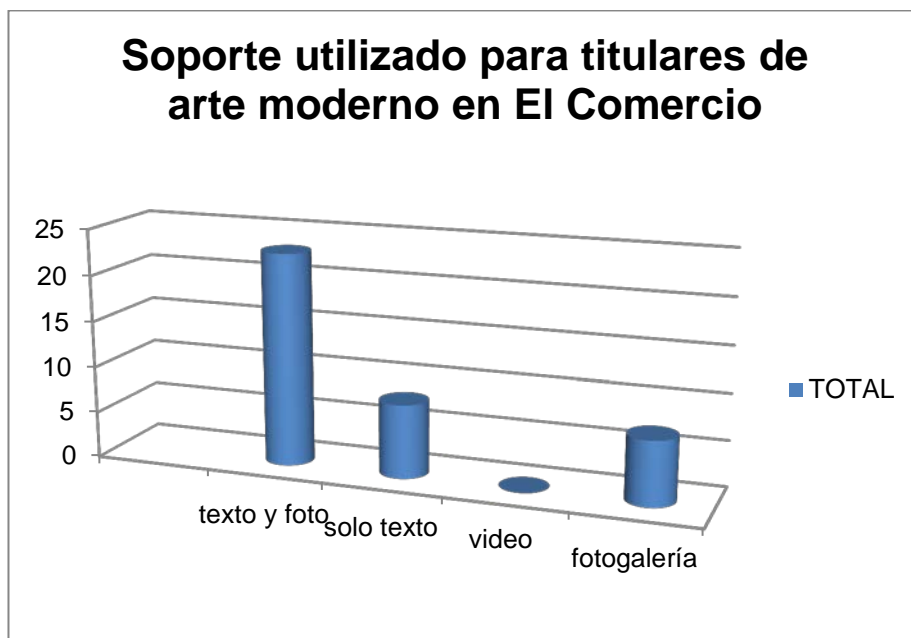
Lo contrario ocurre cuando el tema es arte moderno, de lejos el soporte usado es el texto acompañado de fotos, como observamos en la tabla 10 y gráfico 8.

Tabla 10. Soporte utilizado para titulares de arte moderno en El Comercio

SOPORTE UTILIZADO PARA ARTE MODERNO EN EL COMERCIO	TOTAL
texto y foto	23
solo texto	8
video	0
fotogalería	7

Fuente: elaboración propia

Gráfico 8. Soporte utilizado para arte moderno en El Comercio



Fuente: elaboración propia



En la tabla 11 y el gráfico 9, observamos comparativamente el soporte usado por los dos diarios para difundir arte contemporáneo. Diario El País utiliza más textos con fotografías, frente a El Comercio que utiliza sobre todo textos solos; en cambio este último utiliza más videos que el primero; medio que a su vez tiene espacio de fotogalerías y blogs.

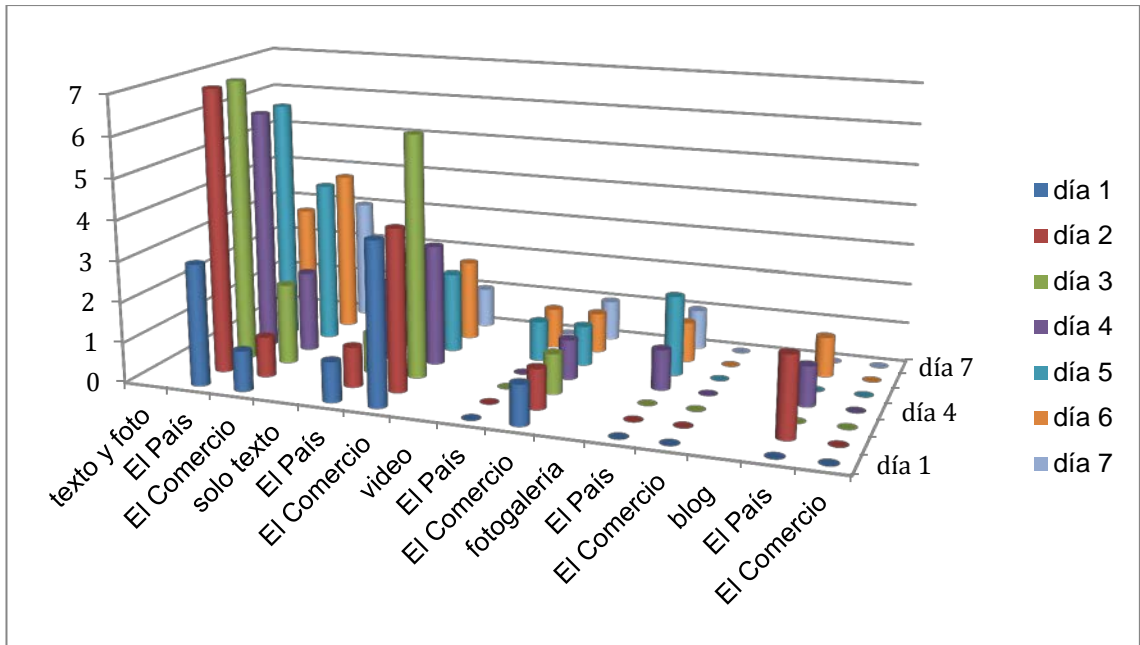
Tabla 11. Soportes más utilizados para informar sobre arte contemporáneo

Soportes más utilizados para informar sobre arte contemporáneo							
SOPORTE UTILIZADO	día 1 domingo 9	día 2 lunes 10	día 3 martes 11	día 4 miércoles 12	día 5 jueves 13	día 6 viernes 14	día 7 sábado 15
texto y foto							
El País	3	7	7	6	6	3	3
El Comercio	1	1	2	2	4	4	3
solo texto							
El País	1	1	1	2	2	2	1
El Comercio	4	4	6	3	2	2	1
video							
El País	0	0	0	0	1	1	0
El Comercio	1	1	1	1	1	1	1
fotogalería							
El País	0	0	0	1	2	1	1
El Comercio	0	0	0	0	0	0	0
blog							
El País	0	2	0	1	0	1	0
El Comercio	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: elaboración propia



Gráfico 9. Soportes más utilizados para informar sobre arte contemporáneo



Fuente: elaboración propia



Conclusiones

El ejercicio de observar la estructura o arquitectura de los medios digitales, El País de España y El Comercio de Ecuador, y para el caso respaldada la información documental mediante capturas de pantalla realizadas entre el 9 y 15 de junio de 2013, nos permitieron constatar la presencia de aquellos tópicos que habitualmente no se aprecian en una lectura más o menos rápida de las informaciones publicadas. Como un migrante digital el autor del presente trabajo se acercó a varios campos digitales, ofertados por los medios, que anteriormente pasaban desapercibidos. La sensación de sentirse parte de... nos hizo explorar con, relativa facilidad, y de un solo clic, posibilidades de interacción con los medios. Estábamos acostumbrados al sonido y olor de los impresos y en el proceso migrante toda esa cultura de los olores y, sobre todo, los sonidos, textos, imágenes estáticas y en movimiento, abren otras sensaciones cerebrales y afectivas de las que hemos de aprehender.

Los datos obtenidos tienen el carácter de relativos porque los hechos noticiosos cambian semana tras semana y durante esos días estuvieron en vigencia aquellos mencionados. Por lo tanto no interesa tanto conocer cual o cuáles temas del arte contemporáneo tuvieron más publicaciones en el lapso de una semana. Pero sí es de interés manifestar que los medios digitales con sus herramientas y servicios abren posibilidades, reales en unos casos e insospechadas en otros, de nuevos mecanismos de comunicación e información no sólo de los hechos noticiosos sino en la generación de nuevos conocimientos.

El trabajo en blogs de El País amerita una dedicación especial; son muchos blogs con temáticas especializadas y abarcan el análisis de varios temas. *El arte en la edad del silicio* y *Sin título* plantean temas de arte



contemporáneo con rigurosidad considerando que sus autores a más de periodistas son profesionales del mundo del arte.

Se vislumbra un mundo de novedades en torno a los medios digitales en días próximos. Detrás está la cultura inmensa que nos corresponde vivirla si acaso queremos pertenecer a este tiempo. Si no lo hacemos otros lo harán y tal vez nos lo quieran contar.



Bibliografía

Briggs, Mark. Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital. Ed. Jan Schaffer. Trad. Guillermo Franco. Austin: Knight Foundation, 2007.

Bernal, Ana. Televisión de alta definición. Universidad de Alicante. 28 de Mayo de 2013

<http://wikitel.info/wiki/Televisi%C3%B3n_de_alta_definici%C3%B3n>.

McLuhan, Marshall y Quentin Fiore. El medio es el masaje: un inventario de efectos. Trad. León Mirlas. 4.a reimpresión. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 1997.

West, Richard y Lynn H. Turner. Teoría de la comunicación: análisis y aplicación. Ed. José Manuel Cejudo. Madrid: McGraw- Hill, 2005.

McLuhan, Marshall. Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano. Trad. Patrick Ducher. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 1996.

West, Richard y Lynn H Turner. Teoría de la Comunicación: análisis y aplicación. Ed. José Manuel Cejudo. Madrid: McGraw-Hill, 2005.

López, Rosana. Análisis de los portales periodísticos españoles. Taxonomía de sus elementos componentes. Murcia: Universidad de Murcia, 2003.

Rezende de Mello, Elson. El periodismo en tiempos de internet. Cuenca: s/e, 2013.



Orihuela, José Luis. Los nuevos paradigmas de la comunicación. 2002. José Luis Orihuela. 3 de Junio de 2013 <<http://www.ecuaderno.com/paradigmas/>>.

Zalcborg, Ana. «El ciberperiodismo.» Comunicación 9 (2001).

Díaz Noci, Javier et al. Ciberperiodismo: métodos de investigación. Ed. Marcos Palacios y Javier Díaz Noci. Salvador de Bahía: Universidad Federal de Bahía y Universidad del País Vasco, 2007.

Aznar, Hugo. Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para medios. Madrid: PAIDÓS, 2005.

Hernández Cufre, Carolina. «Clases de Periodismo.com.» 5 de Febrero de 2013. El desafío periodístico en tiempos 2.0. 3 de Junio de 2013 <<http://bit.ly/Wsj61f>>.

Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano. «Las nuevas reglas del periodismo entre la utopía y las restricciones.» Periodismo en la era digital. El valor de lo inmutable. Ed. Carlos Serrano Castro. Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, 2010.

Franco, Guillermo. Cómo escribir para la Web. Austin: Centro Knight para Periodismo en las Américas, , 2008.

Jimenez, Marc. La querrela del arte contemporáneo. Trad. Heber Cardoso. Buenos Aires: Amorrortu editores S.A., 2010.

Danto, Arthur. Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia. Trad. Elena Neerman. Buenos Aires: Editorial Paidós, 2003.



López Anaya, Jorge. Estética de la Incertidumbre. Buenos Aires: Fundación Federio Klemm, 1999.

Jara Idrovo, Efraín. «Tradición y tradicionalismo: crónica de la cultura de Cuenca, en: Cuenca y su futuro.» Cuenca-Ecuador: CORDES Y UNIVERSIDAD DEL AZUAY, 1991.

Colle, Raymond. El análisis de contenido de las comunicaciones. Ed. Concha Mateos. Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social, 2011.

Berganza Conde, María Rosa y María del Carmen García Galera. «El método científico aplicado a la investigación en Comunicación Mediática.»

Berganza Conde, María Rosa et al. Investigar en Comunicación. Ed. María Rosa Berganza Conde y José A. Ruiz San Román. McGraw Hill, s.f.

Rost, Alejandro. La interactividad en el periódico digital. Balaterra: Universidad Autónoma de Barcelona, 2006.

González Portela, María Lujan. Libertad y Responsabilidad de la Prensa en el Autocontrol y la Enseñanza de la Etica de cinco países andinos. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2009.