



Universidad del Azuay

Facultad de Filosofía, Letras
y Ciencias de la Educación

Carrera de Comunicación

COMUNICACIÓN DIGITAL Y ENTIDADES
CULTURALES. ANÁLISIS DE CONTENIDO DE
LA PROPUESTA COMUNICACIONAL DEL
MUSEO MUNICIPAL DE ARTE MODERNO,
MUSEOMÁTICO INARTE CONTEMPORÁNEO
Y MUSEO PUMAPUNGO.

Autor:

José Mateo Quezada Tello

Directora:

Caroline Ávila Nieto

Cuenca – Ecuador

2022

DEDICATORIA

Esta investigación está dedicada a mis padres Nancy y Edgar quienes con amor, ejemplo y apoyo me han impulsado para continuar en mi camino.

A mi hermana María Gracia, por ser una mentora excepcional para mí.

Y finalmente a todos quienes creemos que los espacios culturales son necesarios, hoy más que nunca, para formar una sociedad más libre.

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento a mis profesores, guías que con su vocación y experiencia me han formado como un profesional crítico resaltando siempre el aspecto humano.

De manera muy especial a Caroline Ávila, directora de esta investigación, por compartir su conocimiento y experticia durante estos años de carrera, y particularmente para el desarrollo de este trabajo.

A la Universidad del Azuay y su Facultad de Filosofía, por permitirme cursar esta carrera y ser un espacio de expansión.

RESUMEN:

Los museos son espacios culturales que cumplen un rol fundamental en la construcción de la sociedad, en tanto proponen nuevas formas de mirar el mundo y comprenderlo. El quehacer comunicacional es vital para transmitir estos valores. Con el desarrollo del entorno digital, la conversación pública ha migrado principalmente a las redes sociales y los museos no están exentos a este fenómeno. A partir de un enfoque cualitativo, entrevistas semi-estructuradas y el análisis de contenido, esta investigación analiza la propuesta comunicacional de tres entidades culturales de Cuenca: Museo Municipal de Arte Moderno, Museomático InArte Contemporáneo y Museo Pumapungo. Además, plantea una descripción del perfil promedio del consumidor cultural local. De esta manera, se determinaron brechas entre la oferta comunicacional de estos importantes museos de la ciudad y las motivaciones de los consumidores culturales. Los resultados evidencian la necesidad de museos que fomenten una mayor interacción, dentro y fuera del espacio digital.

Palabras clave: Comunicación digital, Análisis de contenido, Cultura, Museos, Ecuador.

ABSTRACT:

Museums are cultural spaces that play a key role in the construction of society, as they propose new ways of looking at the world to understand it. The communication task is vital to convey these values. With the development of the digital environment, public conversation has mainly migrated to social networks. Museums are not exempt from this phenomenon. Based on a qualitative approach, semi-structured interviews and content analysis, this research analyzes the communication proposal of three cultural entities in Cuenca: Museo Municipal de Arte Moderno, Museomático en Arte Contemporáneo and Museo Pumapungo. This investigation also offers a description of the average profile regarding the local cultural consumer. Gaps between the communication offer of these important museums in the city and the motivations of cultural consumers are presented. The results show the need for museums to foster greater interaction, inside and outside the digital space.

Keywords: Digital Communication; Content Analysis; Culture; Museums; Ecuador.

Translated by



Mateo Quezada