



## Desafíos emergentes para el periodismo del campo cultural

Eduardo Andión

[eandion51@gmail.com](mailto:eandion51@gmail.com)

Margarita Reyna

[amreynar@gmail.com](mailto:amreynar@gmail.com)

Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco

### Resumen:

Las condiciones de producción y circulación de los bienes culturales se han modificado de manera vertiginosa con los cambios tecnológicos y económicos de los últimos años. El periodismo cultural no es la excepción, más aún, su situación ha cambiado de manera drástica porque en su práctica confluyen dos ámbitos complejos el del periodismo y el de arte. El objetivo de este trabajo es presentar algunas consideraciones sobre las circunstancias que encara el periodismo cultural en la actualidad en México. Para ello hacemos una breve introducción, un somero desarrollo de los conceptos que nos ayudan a comprender estos nuevos escenarios, una exposición del campo del periodismo cultural en nuestro país y las tensiones que en el se producen, retomando algunas voces de quienes practican este periodismo.

**Palabras Clave:** *periodismo cultural, campo, recurso cultural, redes digitales*

### Abstract:

The cultural goods condition of production and circulation has been modified with the technological and economical changes of the recent years. The cultural journalism is not the exception, when in practice, journalism and art converge. The main objective in this work is to present some considerations about the circumstances that cultural journalism faces nowadays in Mexico. For doing so we present a brief introduction, some concepts to understand these scenarios, an explanation of the cultural journalism field in our





country and the tensions that are present within. We used some of the voices of those who practice this kind of journalism as examples of this new conditions.

**Key Words:** cultural journalism, field, cultural resources, digital networks.





## Desafíos emergentes para el periodismo del campo cultural

**Eduardo Andión**

[eandion51@gmail.com](mailto:eandion51@gmail.com)

**Margarita Reyna**

[amreynar@gmail.com](mailto:amreynar@gmail.com)

### Introducción

Existe una transformación profunda en el ejercicio del periodismo en general y en el llamado periodismo cultural en particular. En este contexto, una de las dimensiones que se hace necesario re-encuadrar es *la práctica cultural* que ese periodismo trata de registrar, informar y reportear con instrumentos ubicuos y veloces.

La actividad de la cultura ha perdido su halo de distinción, prestigio, de engrandecimiento del espíritu. Se ha atrincherado, por un lado en la resistencia y la identidad comunitaria, y por otro, también se ha abierto en el surgimiento de subculturas urbanas basadas en la cultura popular mediática. Asimismo, el ofrecimiento de bienes de la alta cultura o artísticos, ha sido ahora encasillado en el ámbito del consumo fácil de objetos simbólicos o “productos sensibles” (Sastré et al. 2014). Lo que Umberto Eco llama la *ratio facilis*, en oposición a la *ratio difficilis*; se trata de aquel mensaje o producto simbólico que, dado su carácter común no requiere claves culturales especiales y lecturas esforzadas. Su intencionalidad no busca más que suscitar respuestas inmediatas, ya esperadas. Si antes en el objeto de arte lo que se daba a sentir requería una voluntad de atender distinta, que para algunos sencillamente era incomprendible. Ahora tanto el objeto de arte, como el cultural, son redundantes, es decir apelan a lo ya sentido, a lo que ya se conoce o sabe de antemano. El ámbito del campo cultural, como producto de un trabajo de mercadotecnia, actualmente logran crear interés de temporada, por obras que no son más que sorprendentes, pasmosas y solo muestras de prodigios formales. Ejemplo actual ha sido la promoción de la obra un poco densidad, como la de japonesa Yayoi Kusama *Obsesión infinita* recientemente



presentada en el Museo Tamayo en la Ciudad de México. De tal modo que las prácticas culturales y artísticas parecen ser mas bien actividades de consumo, pero se trata de uno peculiar, el consumo de experiencias. A la actividad de consumo cultural se le ha ubicado dentro de la economía de la experiencia y la emoción. Y conlleva un nuevo nombre que remite a su carácter de apelación a lo sensorial, le llaman “Productos sensibles”.

El periodismo de información cultural o literario acerca de las actividad artística, no forma ya a los nuevos públicos de eventos culturales o artísticos. En la actualidad en los medios más inmediatos, solo se da información, pero no formación de gusto. El gusto se configura más bien en otros ámbitos, otras instancias. El gusto supone tiempo invertido en desarrollarlo, lo que no es corriente en la velocidad mediática. Sin embargo, hay que preguntarse como sucede esto en el periodismo, tanto en el impreso, aún con sus tradiciones vivas y con un público lector todavía buscando el papel para leer. Como lo que ocurre en ese otro territorio, más fluido y desordenado que es el digital y de los medios sociales. El periodismo puede seguir realizando un trabajo de recolección de eventos relevantes en la esfera de la cultura y haciendolo circular en sus columnas y artículos de opinión, así como en blogs, páginas y sitios. Pero la cuestión que se ha borroneado en el campo de comunicación actual, es que es lo que se considera como actividad digna de reportearse en los medios informativos.

En el llamado ciber-periodismo la producción de la información sucede de maneras diversas y emergentes. Y la formación de nuevos espectadores y audiencias ya no es ocupación de estas agencias institucionales de la información y en cierta medida de la opinión pública. En la enseñanza de ciberperiodismo se puede caer en la burbuja digital, así por ejemplo en ciertos manuales de formación de esta nueva estirpe de agentes periodistas no requieren saber entrevistar, sino sólo saber recolectar en la red la información en la red ya “subida”. (Montero y Rueda en 2001; López García 2010).





En general los medios de comunicación se constituyen en una zona de observación relevante para comprender la construcción del tiempo presente, del *ahora social*, que se fabrica todos los días en los periódicos, en las mesas de redacción informativa y en las redes sociales. Trabajo periodístico que será por tanto, el que genera orden a esa fluencia indistinta de sucesos sociales y ruido de fondo que sucede en las redes. Luhmann enfatiza ese aspecto de reducir complejidad de las instituciones intermedias en las sociedad acelerados de la actualidad (1998).

Ese presente social de lo que pasa en una sociedad, con el tiempo acaba por consolidarse como memoria y al final como historia. Esa relato que como cauda va tejiéndose en borbotones tras de nosotros, comenzará a extraviarse en el cúmulo caótico de la Nube (Berriain 2008).

En el contexto enmarcado previamente, el objetivo de esta presentación es exponer algunas reflexiones que permitan comprender a los medios informativo como productores de un presente social y, en menor medida, desde un acercamiento de inclinación antropológica, describir a los agentes que laboran en ellos. con sus nociones y sentimientos sobre sus prácticas de producción simbólica en estas condiciones nacientes.

### Consideraciones conceptuales

En el campo de producción cultural mexicano encontramos un conjunto de polaridades, que por un lado, dinamizan los factores del proceso de producción simbólica, llevándolo en ocasiones a los conflictos y a la improvisación de políticas culturales y, en otros casos, a la inmovilización y a la inacción. El actual fenómeno de la efervescencia de la creación simbólica, facilitada asimismo por los innumerables canales de transmisión de información de la Red, alcanza en sus límites máximos a las categorías epistemológicas tradicionales de las ciencias sociales. Si bien se requiere





tiempo para entender este proceso, como un fluir constante pero acelerado, una teoría social sólida, puede proponerse conceptualizar y explicar estos fenómenos volátiles.

Los periodistas de la cultura también se encaran todos los días con estos procesos sociales y buscan darles un sentido, como corresponde a la función que se le atribuye al periodismo. Una perspectiva significativa que *esquematice* y *compendie* la multidimensionalidad del espacio social para dar a saber, dar a pensar, y hasta dar a sentir.

Al periodismo y a la información pública se le relaciona con la idea de *democracia* y *sus instituciones*. Esta asociación se sintetiza en la proposición según la cual, una sociedad política se conforma de ciudadanos y no solamente de consumidores. Por lo que, para ello, se requiere de un sistema de instituciones y agentes que provea de información pertinente al ciudadano, para que, sin ignorancia, actúe en consecuencia de modo informado y racional.

Ahora bien, cuando en la actividad ciudadana se ejercen los llamados *derechos culturales*, el asunto se decanta conceptualmente por la necesidad de una antropología económica de la cultura, que considera el lado de la demanda y de la oferta pero de de significados y sentidos, de productos y bienes simbólicos. A la economía clásica se le hace difícil, el singular consumo simbólico, pues considera que no agota el bien, pues puede ser escuchado, leído o visto varias o todas las veces que se requieran.

Además existe otro desencanto; asociar la cultura y el arte con la idea de la emancipación del hombre, ha conllevado elaborar un acercamiento a las opciones liberadoras de las prácticas y consumos artísticos y culturales. Lo que se ha convertido en una desilusión fue la sobrestimación de los poderes revolucionarios del arte. Desde una antropología de la comunicación y del arte se entiende esta modificación de la operación y metas de los dispositivos de acceso informativo y periodísticos. La información de la cultura y las artes se las enlaza a las de un aprendizaje ciudadano, a través de la divulgación de las posibilidades de libertad inscritas en del discurso social.



El periodismo y la prensa como segmento vinculado a la actividad económica del sector cultural, nos acerca a entender *al lectorado* no solamente como mera colección de *consumidores*, noción que dificulta comprender al periodismo como un factor de democracia, tanto cultural como política, sino como un componente ciudadano en el circuito de la circulación del sentido social y de la construcción de los significados comunes, el discurso social común.

El enfoque economicista que comprende al periodismo y a la información, sólo como una empresa, desestima y minimiza el trabajo de mediación consistente en ofrecer referencias y relatos para una comprensión ampliada de lo que ocurre en la sociedad. Tal vertiente simbólica parte de la competencia en el ámbito de la prensa, en el campo entre los diarios y los propios periodistas para acrecentar el juego social de la confrontación, de las mediaciones de los hechos y de sus narraciones. Además este enfoque pasa por alto los orígenes y motivaciones iniciales de lo que fue en su momento la propuesta del suplemento cultural.

La mirada antropológica nos permite tomar en cuenta la lógica práctica de los propios agentes involucrados en la esfera de la producción periodística. Lo que se recupera del planteamiento de la economía de las prácticas y la antropología reflexiva de Pierre Bourdieu es la utilización flexible de la dupla conceptual de *campos/habitus*, con sus categorías adyacentes de *illusio*, capital específico y estrategias de las prácticas.

Desde la categoría de *campo*, es posible comprender a los periodistas culturales a partir de sus trayectos de subjetivación, precisamente porque se manifestarán la reglas de un campo a partir de las *apuestas en juego* que realizan entre ellos para mantenerse vigentes. El *campo* es un concepto de mediación entre la experiencia del agente individual y las clases de condicionamientos de posición y trayectoria en el espacio social, ello permite vincular a los agentes con un interés práctico semejante, dentro del régimen de expectativas mutuas, y no a partir de nociones abstractas, tales como intelectual, profesional o de género.





Por otro lado, al ser el *habitus* una categoría diseñada para que refiera los *haberes* sociales y personales, permite registrarlos como *disposiciones* y agruparlos como un principio generador de regularidades de las prácticas, es decir, como expresión condensada del sentido del juego incorporado (estado práctico-subjetivo). Para los casos de *campos* ya maduros, es decir en un estado de integración institucional, se hace posible fijar la atención en las reglas explícitas o codificadas objetivamente. En el caso del periodismo y en especial del cultural, estas reglas aún son tácitas, las encontramos en estado incorporado, como sentido práctico del periodista que reconoce los rasgos propios de las prácticas, pero no logra explicitarlos en totalidad.

Funcionan también estas categorías para hacer identificable esas propiedades, subyacentes a los campos que son las nociones del *ilusio* y el *capital* común específico. La forma característica que adquieren las relaciones del campo, las estimaciones *sobre el valor del juego* periodístico que le atribuyen los participantes, es el estado tácito en que se encuentra la razón de sus prácticas y que permite aprehender la categoría de *ilusio*. Hay que considerar la opacidad en la acción de los periodistas, producto de la historia incorporada, efecto de la actividad práctica que conforma las expectativas tácitas y los sobreentendidos que facilitan las interacciones entre colegas y grupos de trabajo especializados. Ser publicados y ser reconocidos en cuanto periodistas cabales, escritores antes que meros redactores de notas, son lo que constituye la *ilusio* del periodista cultural.

Añadiremos aquí una dimensión a esta puesta a punto del enfoque de los saberes socioantropológicos y sus conceptos, en relación a las prácticas periodísticas: la velocidad de los flujos en la producción, circulación y apropiación y consumo de tales productos y en la formación de los actores sociales. Es decir, hay que considerar que no sólo existen ciclos largos y lentos en la producción y reproducción cultural, sino también circuitos cortos y rápidos de mensajes información y comunicación cultural. Ello ha trastornado profundamente las *conformaciones institucionales* de la producción







cultural y en consecuencia las condiciones en las que los agentes periodistas, en esos ámbitos, puedan elaborar sus productos simbólicos. Los procesos de constitución de sujetos ciudadanos autónomos en sus opiniones y actos es un campo de batalla y una oportunidad para el surgimiento de sujetos políticos con horizontes culturales más amplios.

### Las dinámicas del periodismo cultural en México

La identidad profesional del periodista cultural en nuestro país tiene características distintivas. Es una singularidad que puede comprenderse en tres niveles muy generales. El primero, el espacio social a nivel macroscópico, en el que se encuentran algunas condiciones estructurales que permiten entender estas particularidades. Éstas fueron generadas por la industrialización y la urbanización, una lenta pero constante expansión de las empresas culturales tanto gubernamentales como de entretenimiento mediáticas y en el que el crecimiento de los estratos medios fomentó un espacio de aspiración de modernidad cultural y de consumo, lo que se agregó a las expectativas profesionales de los productores simbólicos. En este nivel macrosocial la intervención del Estado Mexicano en su propio proceso de formación y legitimación ha tenido un peso primordial.

En un nivel medio, se encuentra la evolución del que llamamos campo cultural y periodístico, a través de algunas de sus agencias institucionales que son inicialmente los diarios, y luego la información de revistas especializadas en artes y cultura. En esta nueva fase se ha desembocado en blogs y páginas específicas. Algunas tuvieron una evolución dependiente del campo político y de sus prebendas en la burocracia del sector cultural del gobierno.

Más cercano a las personas y a sus interacciones concretas, lo que llaman una escala microsocial, lo encontramos en las respuestas de los periodistas reporteros, que





laboran en las secciones de la fuente cultural, así como la de los colaboradores o escritores periodistas de los suplementos literarios y culturales, observaciones certeras de un antagonismo sobre sus percepciones acerca del contrastado espacio en los diarios y la organización de su trabajo de producción de información cultural y el de creación simbólica<sup>1</sup>.

En este nivel micro aparece con mayor nitidez la ubicación fronteriza de los periodistas culturales. De su expresada diferenciación -a veces tácita, otras tajante- se puede comprender el modo en que se reconocen en sus identidades de reporteros, de escritores y como intermediarios de acceso a la esfera de la cultura. Muchos de ellos tienen la creencia, tal y como señaló Vicente Rojo: “Sí, efectivamente los campos de exterminio surgieron en el centro de la cultísima Europa, eso me ha producido una inquietud profunda, sin embargo, no me quito la idea de que el arte, la poesía y la cultura pueden contrarrestar la destrucción” (*Reforma* Cultura 2 febrero 2011). Un ideario que comparten numerosos reporteros de la fuente cultural, una esperanza en los poderes del arte en la conciencia de los potenciales lectores.

Se puede identificar una primera etapa de la conformación de periodista cultural en México desde los años 1940 hasta 1977. En esta etapa la formación sucede básicamente en el lugar de trabajo y por la práctica misma del oficio. Y se encuentra con una identidad laboral demeritada. Se puede considerar que en muchos casos los periodistas de la cultura entran en un proceso autodidacta de re-enclasmiento cultural. También en ese periodo pueden encontrarse más bien trayectorias por escalafón, ascensos internos a la empresa. Aunque se va engendrando una naciente legitimación del periodismo diario y del periodismo llamado literario: los reportajes-ensayo, el *new journalism*, la crónica y las entrevistas como coautoría. Esa revaloración del periodista se sostiene en las renovaciones que las escuelas de periodismo

<sup>1</sup> Para un desarrollo más elaborado crf. Andión (2011)





empezaron a realizar modificando sus currícula e insertándose en las universidades a partir de los años 60.

Una segunda etapa de la conformación del periodista cultural (1977-2000) tiene como características lo que sucede dentro de una ampliación de la oferta cultural. Lo que incentiva la demanda en un mercado de consumos culturales de los estratos medios que ven en la cultura un producto deseable y objeto de sus ocios y entretenimientos. Los requerimiento de información permite que se creen más secciones culturales en los periódicos y se instalen más fuentes específicas del campo cultural. Y se implementan las oficinas de prensa de las instituciones del gobierno, que ocupan muchos de los reporteros culturales. Los periodistas que llegan ahora a solicitar los puestos, tienen una formación en instituciones de Educación Superior: Carlos Septién, UNAM, Universidad Iberoamericana, el ITESO de Guadalajara, El Tecnológico de Monterrey, la UAM. Los egresados por tanto se configuran con una identidad laboral *distintiva* y con capital específico simbólico o de *estatus* ya no depreciado, sino sustentado en capitales culturales legítimos. Por eso encontramos trayectorias que son más resultado de proyectos profesionales. Con ello se da una consolidación legítima del periodismo como escritura y profesión.

En el caso de los periodistas literarios que trabajan como colaboradores, su formación inicial, usualmente en letras y humanidades y otras más diversas, no tiene una gravitación fuerte en la inclinación por transmitir y escribir, en algunos casos sobre su disciplina artística o bien sobre alguna de sus aficiones. Si bien hay casos de formación específica, como escritor, en el trabajo, en las redacciones de revistas y suplementos.

La diferencia de posición más nítida, aunque implícita, es la su condición de periodistas reporteros asalariados, y las de los escritores su remuneración por honorarios. En el primer caso se está en la nómina de diario y en el otro se cobra por pieza, por texto publicado. Por ahí se delinea un eje de oposición entre dos tipos de trabajo de mediación informativa, que genera dos sistemas de reconocimiento en el





oficio de la escritura. Esas dos maneras de reconocerse a sí mismos suscitan algunos puntos de tensión.

Una tercera etapa (2001-2015) que es la fase durante la cual se generaliza la publicación online, y la de las condiciones que impone a la red con sus páginas bitácoras, pero sobre todo con los llamados tuitos continuos a través del Twitter. Esto ha ido cambiando con la necesidad de flexibilizar los costos, reduciendo la planta de reporteros y la de incluir en sus capacidades como fotógrafo y hasta como videógrafo. De esta manera el periodista reportero tiene que elaborar en varios registros discursivos la nota recolectada. Cada plataforma tiene su rasgo de profundidad y desarrollo, como nos explica:

el online requiere rapidez, ¿no?, si, si se murió Federico Campbell lo tengo que escribir en tres párrafos, no me tengo que clavar en la onda de... porque lo que quieren es que esté rápido y que esté ya, ahorita ¿no?, no, ya no se puede esperar. Para el impreso ya, quieren algo más desmenuzado ¿no?, ah bueno, “Federico Campbell escribió tal y tal y tal y en Twitter se dijo tal, no sé qué, entonces ya es como un poco más elaborado. Para el impreso se supone hay como... (inhala aire) respiras, y ya “ah bueno, resulta que...” escribió Tijuanaenses, y escribió tal y Alberto dijo que lo lamentaba, no sé qué, pero para *online* es (trueno los dedos) ya, se murió, punto, va pa’rrriba (Entrevista Leticia Sánchez Febrero 2014)<sup>2</sup>.

El modelo de negocio de las empresas culturales se ha modificado por que el flujo financiero no proviene realmente de la RED, sino de los impresos y otras plataformas. La estructuración financiera se ha ido conformando de lo que se ha dado en llamar *Multiplataforma*. Para acceder a los lectores de varios estratos pero también de

<sup>2</sup> Entrevista realizada por Avendaño, Axel; Del Valle Lucero; Pérez Javier y Santiago Ivan, Alumnos de la Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco. Las entrevistas fueron realizadas como parte de su trabajo terminal de Investigación “La dinámica de la producción cultural en los Diarios el Universal, Excelsior y La Jornada” 2014.



segmentos de edad o género en cada uno de ellos. La noticia se subordinará, en esta etapa, a su potencial de generar visitas y marcas de “Me gusta” como una especie de *rating* inmediato. La información estará compitiendo por la atención de los navegantes que conectados al flujo de titulares deberán encontrar tiempo para leer la nota completa. La ecología de la información se multiplica en variantes y luchas por el tráfico y el volumen de los compartires y retuiteos. Ese es el paisaje que se ha desplegado hasta ahora y seguirá complicándose cada vez más.

### Tensiones y acuerdos entre los periodistas culturales

Cuando escuchamos a las gentes de la sección de cultura expresarse de sus relaciones con los periodistas de otras secciones, se establece una diferencia de las *hard news*, esencialmente las de política o nacionales, incluso las deportivas; y las *soft news* que son de cultura arte o de estilos de vida, ese contraste surge de modo concreto y personal. Una de las más evidentes es la diferencia del orden en que se establecen las horas de cierre, es decir, la hora en que los periodistas tiene que entregar sus notas y sus secciones formadas. Entre más temprano, menos importante es la sección, Así las noticias *blandas*, de cultura, de modos de vida, de salud, pueden esperar o incluso no ser publicadas y a veces pasan a *on line*, o de la edición digital. Las otras noticias no, son obligadas y necesarias, impostergables. Y como sabemos el interés común que mueve a los periodistas de la cultura es el de ser publicados, al perderse ese carácter perentorio, se va con ello el valor característico en el campo periodístico.<sup>3</sup>

Este orden de las *horas de cierre* se traduce en las jerarquías entre los periodistas de las distintas fuentes. En cierta medida un rasgo que define su identidad por su posición en el sistema interno de los periódicos. Se percibe también una tensión cordial y a

<sup>3</sup> Para un desarrollo más completo sobre este punto consultese Andión (2011).





veces incivil entre los escritores periodistas que se inclinan por jugar en otros campos, con los periodistas de la fuente de cultura. Los primeros están menos urgidos en la producción de su colaboración porque tienden a tener preparados los textos por adelantado y solo las columnas fijas o los reseñistas de eventos o de artes específicas envían sus colaboraciones. La presión en los secretarios de redacción viene más bien con el formado y diagramado para entregar a la hora de cierre del suplemento, uno o dos días antes, de modo que sus apuestas se encuentran en otros campos. La percepción diferenciada que tiene cada uno de ellos, respecto a la función creadora de nuevas narraciones, nos sugiere que los reporteros culturales se adhieren más a la idea de que el trabajo de mediación narrativa apoya y surte al significado de la cultura nacional a diferencia de los periodistas escritores.

El papel que el escritor periodista, crítico o reseñista, pudo tener en la valoración de las apuestas literarias y artísticas, se ha debilitado. Las obras que se ponen a consideración del *mercado de los mensajes entre artistas o las personas cultas*, ya no está sancionadas exclusivamente por los iguales en el campo, que las leen y las aprobarían o no. Tampoco se sienten que tienen la autoridad incontestada del crítico de antaño, con autoridad legítima, que podía enjuiciar, orientar a los lectores y a los espectadores no avisados de las bondades y falencias de la obra comentada. Ahora el escritor periodista percibe que requiere calificar sobre su grado de acuerdo, que cambia su papel al de orientador, en algunos casos obligados a poner solamente señales de estrellitas. Este es un trabajo de mediación que transita hacia el de las meras recomendaciones al consumo y porque en el periodismo cultural realizado desde las secciones diarias, la información puede ser leída hasta por los que no están interesados en el tema. De ahí que el rango de competencias lectoras debe ser considerado por los reporteros culturales en la escritura apresurada a la que están obligados. Lo que no necesariamente sucede con los escritores periodistas que pueden tener en mente un lector modelo con las mismas competencias lectoras y culturales.





En ciclo de producción cultural: autor-obra-intermediario-público ha trocado la función del periodista cultural. Con la revolución en el acceso, que permite la red, se puede hacer llegar la obra al lector-espectador-consumidor directamente. La lógica de mercado, basado en el principio de costo-beneficio, buscará hacer eficiente el intercambio, asegurando la realización del ciclo, predisponiendo y acelerando el consumo, incitando solo a lo que más circula:

“entonces dice “pues échenle más notas de Justin Bieber y más notas de haber cuántos gays hay en el mundo, y cuántos artistas y échenle y denle la portada y..., porque es lo que vende, porque *El Universal* tiene 22 millones de lectores, únicos, mensuales, es el periódico que más se lee en internet, porque es gratis. (Entrevista febrero 2014 Alida Pinón)<sup>4</sup>

Aún en la *nube* de productos subidos a la red, al productor simbólico que opera la mediación de intermediario se le atribuye mayor relevancia. Más que nada porque es un filtro inteligente, y no sólo un algoritmo astuto, a lo que se suma la necesidad de los esquemas de valoración que provee principalmente la función un escritor de *blogs*, o en su el caso una amigo que comparte una opinión, un juicio en *twitter* en *whats app* o *telegram* del teléfono móvil. Todo ese proceso va sucediendo en una red social en incesante proceso de constitución. El campo de producción cultura experimenta recortes y mutaciones.

Tales evoluciones ocurren no solamente debido a un vertiginoso cambio tecnológico de los medios de producción simbólica. Al acelerarse la circulación de los símbolos, y al multiplicarse los cauces de distribución se pulverizaba cualquier mecanismo controlado de legitimidad cultural del Estado mexicano. El sistema afluyente se desparrama por

<sup>4</sup> Entrevista realizada por Avendaño, Axel; Del Valle Lucero; Pérez Javier y Santiago Ivan, Alumnos de la Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco. Las entrevistas fueron realizadas como parte de su trabajo terminal de Investigación “La dinámica de la producción cultural en los Diarios el Universal, Excélsior y La Jornada” 2014.



todo el tejido social, por lo que también rodea los dispositivos de mediación de los diarios, con sus rutinas de recolección, reglas de corroboración y responsabilidad por lo publicado.

Los factores se multiplican: desde la tecnologización digital de todos sus procesos de producción, con la confrontación de maneras de hacer la nota referencial o narrar historias, la búsqueda para hacer realmente creíbles las noticias y las fuentes. La velocidad de contagio y epidemia que posibilita. Las redes sociales, el *twitter*, la telefonía móvil, replantean todo el esquema informativo: la gente se entera, en ocasiones antes de que el reportero mande su nota, el trabajo del diario se constituye en la ampliación de un pasado. El reportero depende no solo del cubrimiento personal que hace de la fuente, sino de lo que paralelamente está sucediendo en el espacio virtual. Por ejemplo, cuando está esperando la entrevista o el comentario de un senador o de un escritor, o director de un evento artístico, estos ya enviaron en *twitter*, *whats app* o *instagram* sus apreciaciones, sus sentires, que antecede o agrega a lo obtenido por el reportero de fuente. Una reflexión sobre estas nuevas condiciones del quehacer periodístico, pueden ser estudiadas con las herramientas que la antropología nos puede ofrecer. La periodista Alida Piñón con relata esta coacción a producir un flujo de información constante dados los nuevas plataformas que requieren mayor tráfico y una magnitud de seguidores insaciables:

(...) hay un énfasis muy particular en que los reporteros de todas las áreas y de todos los niveles tienen que estar muy presentes en *Twitter*, no tu cuenta personal, sino que tienes que alimentar, o darle datos a la gente que maneja *online* y tienes que estar mandando tu nota, que si tú fuiste a la conferencia de prensa a las 11 del día, a las 12 del día ya tiene que haber un adelanto, con nosotros un poco más, son más, este, flexibles, pero con Nación o con otras secciones es así (truenos los dedos) ¿no? (Entrevista febrero 2014 Alida Piñón)



En este contexto los reporteros culturales de las secciones diarias de los periódicos también se sienten presionados por las reducciones en el espacio de las planas y la competencia feroz con los tipos de información que los nuevos canales de transmisión que ya hemos señalado proveen. Las noticias y la información se convierten en una mercancía genérica común, instantáneamente accesible en línea, como si fuera comida rápida, pero no por eso han dejado de existir los restaurantes donde se puede metabolizar y platicar en la sobremesa. Precisamente eso es lo que están reconociendo algunos periodistas reporteros que ya no se sienten vinculados fatalmente a su periódico, pues comienzan a operar como agentes libres y negociando su audiencia específica, sus seguidores. Una minoría de lectores o de espectadores, comparada con los grandes números de los media abiertos, efectivamente segmentados sin las esperanzas del Arte y la cultura con Mayúsculas y quizá sostenibles en nichos donde proliferarán con lógicas de intercambio menos incoherentes, con pactos de comunicación más significativos. Así, sirve de ejemplo el caso del periodista cultural, en la información del campo de la cultura donde la cuestión de lo inmediato no es tan central, se tiene que pasar a cumplir una función distinta a la de la mera recolección de los datos brutos, previos al trabajo de mediación. Ofrecer tanto el mapa general como las particularidades de lo que pasa, del acontecer de un presente siempre en construcción. Con las nuevas maneras de hacer llegar el trabajo informativo el periodismo del arte y la cultura consistirá en transformar la *episteme* del fragmento en *episteme* del detalle, hacer ver en lo pequeño lo grande, y en lo grande no perder la atención de los pormenores. Se abre la posibilidad en los nuevos soportes de dejar la información a los más vertiginosos y encontrar los remansos para formar sensibilidades dispuestas a cambiarse y como advierte Vicente Rojo “contrarrestar la destrucción”.

### Consideraciones finales





Las cambiantes circunstancias que ha padecido el periodismo cultural no pueden desligarse de las condiciones principalmente tecnológicas y económicas que han impactado la producción y circulación de los bienes culturales, así la construcción del presente social mediático. Tal como se ha visto, esto desafía tanto la relaciones con el público lector, como las características laborales del periodista.

La misma creación artística y cultural ha modificado las relaciones de producción y de relación con su público. Su rasgo principal es la multiplicación de las fuentes que ofrecen bienes simbólicos a una población cada vez más segmentada. La comercialización del arte y de los recursos culturales incide sobre la valoración social que éstos reciben. Al acceder a los bienes culturales sin intermediación los públicos forman su gusto a partir de las estrategias mercadotécnicas apoyadas en la tecnología de la red y de su movilidad. En este escenario el periodismo cultural tiene como desafío el lograr profundizar más allá de las carteleras, las reseñas y las informaciones puntuales para transmitir la experiencia con una densidad significativa que de cuenta de la diferenciación de estos bienes y ello en flujo continuo. Es una función seleccionadora que orientaría e ilustraría a públicos interesados y por formar.



## Bibliografía

- Aguilar, Julio (2009) “¿El fin del periodismo cultural?” *Letras Libres* Julio  
<http://www.letraslibres.com/index.php?art=13910> (consultado 7/7/09-14:47)
- Andión, Eduardo (2011). “Los periodistas intermediarios: información, divulgación y creación simbólica en el periodismo cultural mexicano (1982-2002)”. Tesis de Doctorado en Ciencias Antropológicas”. Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa. México.
- Avendaño, Del ,Pérez y Santiago (2014) “La dinámica de la producción cultural en los Diarios el Universal, Excélsior y La Jornada” Trabajo terminal a manera de Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. México.
- Berain Josetxo (2008) *Aceleración y tiranía del presente. Las metamorfosis de las estructuras temporales de la modernidad.* Anthropos/ UAM Iztapalapa.
- Bourdieu, Pierre (2008) *Por una antropología reflexiva* Buenos Aires. Siglo XXI editores.
- Bokzkowski,Pablo (2006) *Digitalizar las noticias.Innovación en los diarios online.* Madrid Manantial.
- Eco Umberto  
 -----(1999) *Kant y el Ornitorrinco* Lumen España  
 -----(1978) *Tratado de semiótica general* Nueva Imagen/Lumen, México
- Fogel Jean-Francois y Bruno Patiño (2007) *La prensa sin Gutenberg* . Punto de Lectura Madrid.
- García Canclini Néstor (2004) *Diferentes desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad.* Gedisa, Barcelona.  
 -----(2007) *Lectores, espectadores e intenautas* Gedisa, Barcelona
- Garza, Roberto (2008) *Nuevos medios. Estrategias de convergencia* . Buenos.Aires La crujía Ediciones



Gomis, Lorenzo. (1991) *Teoría del periodismo: como se forma el presente*. Madrid Paidós.

López García, Xosé (2010) *La metamorfosis del periodismo. Historia de lo que permanece y lo que cambia en el ciberperiodismo del tercer milenio*. Sevilla Zamora Editorial Comunicación social.

Montero, Julio y José Carlos Rueda (2001) *Introducción a la historia de la comunicación social*. Ariel, Barcelona

Palomo, M<sup>a</sup> Bella (2004) *EL periodista online: de la revolución a la evolución*. Sevilla-Zamora, Editorial Comunicación social

Sastré, Arturo et al. (2014) *Teoría de la mercadotecnia de las artes*. Conaculta, Fonca, Escenotecnia,S:C:, Universidad YMCA. México.

Tejedor, Santiago (2007) *La enseñanza del ciberperiodismo* Sevilla-Zamora, Editorial Comunicación social,

Luhmann, Niklas. (1998) *Complejidad y modernidad* Editorial Trotta Madrid