

# MEDIOS ESPECIALIZADOS EN CULTURA EN INTERNET. UNA PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN

## Cultural Media in Internet. A Proposed Classification

MARÍA MONJAS ELETA  
(Universidad de Valladolid, España)

### RESUMEN

Este artículo propone una clasificación de medios especializados en cultura en internet que permita comprender, en el actual contexto de crisis económica y de cambio de modelo periodístico, el lugar que ocupan la cultura y el periodismo cultural en nuestro entorno comunicativo así como entender la función que desarrolla en este contexto el periodista cultural.

**Palabras clave:** Cultura – Periodismo – Medios de comunicación – Internet

### ABSTRACT

This article proposes a classification of media specialized in culture in Internet that it allows to understand, in the current context of economic crisis and of change of journalistic model, the place that the culture and the cultural journalism occupy in our communicative environment as well as to understand the function that the cultural journalist develops in this context.

**Key words:** Culture – Journalism – Mass Media – Internet

### 1. Introducción

La especialización temática en cultura en Internet comprende una enorme diversidad de medios de comunicación por lo que su clasificación es una tarea compleja, más aún si se tiene en cuenta la constante evolución de las formas de comunicación en la red. El estudio del panorama actual de los medios de comunicación culturales en Internet y el lugar que ocupan los temas culturales en los medios puede aportar datos que contribuyan a la definición de la especialización periodística en cultura y el papel que desarrolla en este contexto el periodista cultural.

Una primera referencia a la amplitud del fenómeno la ofrece el estudio del Grupo Novos Medios de la Universidad de Santiago de Compostela<sup>1</sup> que señala que un 40,27% de los cybermedios en España responden a parámetros propios de la especialización periodística. De los 1.274 medios digitales analizados en este estudio publicado en 2005, 513 son especializados.

Según este estudio, la especialización en Cultura se sitúa en primera posición y prácticamente uno de cada cuatro de estos medios digitales se ocupan de temas culturales. Concretamente 120 cybermedios, un 23,39%, muy por encima de la Economía, 49 medios, un 9,55% y del Deporte, 40 cybermedios, un 7,80%. Puede concluirse, por tanto, con los autores del estudio que la Cultura es el área por excelencia de la especialización cyberperiodística de nuestro país, tendencia que desde la fecha de elaboración del estudio no ha hecho sino afianzarse.

Una primera acotación imprescindible para la clasificación de los medios especializados en cultura procede del concepto de cultura presente en esos medios de comunicación. Esta delimitación plantea dificultades por la diversidad de definiciones del término cultura que van desde las de carácter más antropológico como la de la Unesco<sup>2</sup>, a otras de corte más ilustrado que aplican el término casi exclusivamente a las artes, la literatura, la filosofía y la ciencia.

La definición de periodismo cultural plantea igualmente interrogantes. Para Jorge B. Rivera el periodismo cultural es “una zona muy compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las ‘bellas artes’, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental”<sup>3</sup>. Este autor se basa en un concepto antropológico de cultura y

---

<sup>1</sup>LÓPEZ GARCÍA, X. et al., “Tipología de los cybermedios”, en SALAVERRÍA, R. (coord.), *Cybermedios: el impacto de Internet en los medios de comunicación en España*, Sevilla, Comunicación Social, 2005, pp. 39-82.

<sup>2</sup> Unesco. Declaración de México sobre las políticas culturales de 1982. Cultura es. “El conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social. Ella engloba además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores y las creencias. La cultura da al hombre la capacidad de reflexión sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. Por ella es como el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevos significados y crea obras que lo trascienden”. Disponible en: [http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico\\_sp.pdf/mexico\\_sp.pdf](http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf) (20 de noviembre de 2014)

<sup>3</sup>RODRÍGUEZ PASTORIZA, F., *Periodismo Cultural*, Madrid, Editorial Síntesis, 2006, p. 15-16.

señala un aspecto interesante del periodismo cultural, su heterogeneidad tanto por el tipo de medios que lo abordan como por la diversidad de géneros y productos informativos. La especialización periodística en cultura también refleja la clásica división entre cultura de élite y cultura popular así como otras divisiones tales como cultura científica o humanista, cultura de consumo o *underground*, entre otras, sin que por ello se considere una de estas culturas superior a otra, ya que toda cultura constituye un valor en sí mismo<sup>4</sup>. Precisamente, el binomio alta cultura y cultura popular es clave para entender el lugar que la información sobre la cultura ocupa en las estructuras informativas de los medios de comunicación.

Respecto a la estructura de los medios de comunicación en la que se ubica la cultura, hay que distinguir previamente entre sección, área y bloque<sup>5</sup>. El área hace referencia a un ámbito de trabajo, es variable y puede coincidir con el nombre de una sección. La sección también tiene una dimensión de organización interna en la redacción pero es, fundamentalmente y tomando como modelo la prensa escrita, un conjunto de textos e imágenes agrupados bajo un denominador común y que cumple funciones de presentación y ordenación de la lectura. Por último están los bloques que son grupos de texto dentro de las secciones con una afinidad mucho mayor entre sí. Tienen su propio lenguaje, fuentes y estrategias diferenciadas y son el campo más adecuado para la especialización.

La distribución de contenidos en las secciones se hace a partir de dos criterios básicos, el origen geográfico (local, regional, nacional e internacional) y el ámbito temático (información política, económica, deportiva, cultural o social). Sin embargo hay ciertos matices que hay que tener en cuenta. De este modo, cuando se habla de información internacional o nacional se entiende información política de esas áreas geográficas. Sin embargo, cuando se habla de información local o regional, puede incluir información de cualquier temática del ámbito geográfico más cercano al de la publicación.

En el caso concreto de la sección de Cultura. Generalmente, así lo señala Rodríguez Pastoriza<sup>6</sup>, las realizaciones de la alta cultura (bellas artes, literatura, música

---

<sup>4</sup> RODRÍGUEZ MARTÍNEZ, R. "Explicar y difundir la cultura", en CAMACHO MARKINA, I. (coord.), *La especialización en periodismo. Formarse para informar*, Sevilla, Editorial Comunicación Social, 2010, pp. 162-177.

<sup>5</sup> HERRERO AGUADO, 2002, "Las secciones como principios de ordenación temática de los contenidos en el periodismo especializado", en SANZ, J. J. et al. (coords.) *Prensa y Periodismo especializado (historia y realidad actual)*. *Actas del Congreso de Prensa y Periodismo Especializado*, Guadalajara, AACHE Ediciones, Ayuntamiento de Guadalajara, 2002, pp. 25-40.

<sup>6</sup> RODRÍGUEZ PASTORIZA, F., *Periodismo Cultural*, op. cit., p. 1.

clásica, etc.) se incluyen en la sección o área de “Cultura” de los medios de comunicación mientras que las manifestaciones de la cultura popular como el folclore o la artesanía junto con otras como moda o gastronomía suelen pertenecer a áreas distintas, principalmente el área de “Sociedad” que en algunos medios se convierte en una macroárea que absorbe Cultura y Espectáculos. La ubicación de una información cultural puede variar en función del enfoque, un concierto solidario puede incluirse en el área de Sociedad si se pone en primer lugar la consideración de la finalidad del acto, o en cultura si se resalta la calidad musical del mismo.

En este artículo se considera la especialización periodística en cultura la que se centra en las Artes (pintura, escultura, música...), la Literatura, el pensamiento y el espectáculo, es decir, de forma genérica la Alta Cultura, para configurar una clasificación que esboce un panorama del lugar que estas manifestaciones culturales ocupan en la estructura de los medios.

## **2. Clasificación de los cibermedios especializados en cultura**

La sistematización de la multiplicidad de medios de comunicación en la red dedicados a la cultura requiere establecer previamente unos criterios de clasificación. Sin embargo, hay que señalar que la tipología resultante de este estudio tiene un carácter exploratorio ya que, por las propias características de Internet, los medios y formas de comunicación tienden a la hibridación y la heterogeneidad.

La categorización de los medios de comunicación especializados en cultura en Internet parte inicialmente de la base de la clasificación de los medios tradicionales concretamente de la prensa tradicional porque entendemos que la situación actual es el resultado de una evolución de los medios en función del soporte tecnológico, que no anula formatos anteriores sino que los adapta y transforma.

Partimos, por tanto, de la clasificación de César Antonio Molina<sup>7</sup> que define prensa literaria como aquella que se ocupa específicamente del desarrollo, divulgación, crítica y creación literarias y divide tres grandes bloques: periódico de las letras, revistas y suplementos literarios y páginas culturales de la prensa diaria. Tomando como referencia esta clasificación, podríamos distinguir en los medios impresos especializados en cultura tres categorías: las revistas especializadas en cultura, los suplementos culturales de los periódicos generalistas y las secciones de cultura en los periódicos generalistas.

---

<sup>7</sup> MOLINA, C.A., Medio siglo de Prensa literaria española (1900-1950), Madrid, Endymion, 1990. p.13.

Respecto al primer bloque, las revistas especializadas, según la clasificación de Rodríguez Pastoriza, pueden a su vez clasificarse por su temática en revistas de Literatura, de crítica o de crítica y creación literaria, de Arte, Intelectuales, Mixtas, que incluyen información sobre diferentes manifestaciones artísticas.

Esta primera categorización relativa a la cultura en los medios tradicionales debe incorporar las características propias del soporte tecnológico de Internet para poder establecer las categorías de los medios culturales en la red. Para elaborar la clasificación de los medios culturales en Internet se han tenido en cuenta los criterios de categorización de medios interactivos propuestos por Alonso y Martínez<sup>8</sup> que distinguen cinco criterios: Objetivos y finalidad de la comunicación, Contenidos, Audiencia/usuario, Comunicador digital y Herramientas para la interactividad.

Así mismo se ha tomado también en consideración la propuesta de clasificación de Guillermo López García<sup>9</sup> que distingue entre medios de comunicación interpersonal y medios de comunicación colectiva. El segundo bloque, los medios de comunicación colectiva, coincide con el objeto de estudio de este artículo, y está compuesto por los medios de representación (páginas personales, weblogs, páginas de asociaciones, instituciones y empresas) y medios globales (portales y cibermedios).

Por una parte, en el presente artículo se pretende una clasificación de los cibermedios, medios globales en la clasificación de López, que pueden definirse como “aquel emisor de contenidos que tiene voluntad de mediación entre hechos y público, utiliza fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usa el lenguaje multimedia, es interactivo e hipertextual, se actualiza y se publica en la red internet”<sup>10</sup>. Pero este trabajo también incluye en su clasificación algunos de los denominados medios de representación, los *weblogs*.

La clasificación que proponemos se limita, siguiendo los criterios anteriormente mencionados a medios cuyo objetivo o finalidad de la comunicación sea principalmente informativa o noticiosa, cibermedios, aunque puede incluir medios con finalidad de

---

<sup>8</sup> ALONSO, J. y MARTÍNEZ, L., “Medios interactivos: caracterización y contenidos”, en DÍAZ NOCI, J. Y SALAVERRÍA, R. (coords.), *Manual de Redacción Ciberperiodística*, Barcelona, Ariel, 2003.

<sup>9</sup> LOPEZ GARCÍA, G., “Modelos de medios de comunicación en Internet: desarrollo de una tipología”, en LOPEZ GARCÍA, G. (dir.), *El ecosistema digital: modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*, Valencia, Servei de Publicacions de la Universitat de Valencia, pp. 55-85. Disponible en: <http://www.uv.es/demopode/libro1/Ecosistemadigital.pdf>

<sup>10</sup> LÓPEZ GARCÍA, X. et al., “Tipología de los cibermedios”, *op. cit.*, p. 40.

servicios de gestión o entretenimiento. Respecto a los contenidos se trata de medios cuyo contenido prioritario es la información, aunque pueden incluir contenidos de servicio.

La propuesta resultante establece tres categorías principales de medios culturales en internet: medios generalistas tradicionales en internet, categoría que a su vez se subdivide en sección de “Cultura”, blogs y suplemento; revistas especializadas tradicionales en internet, centrándose en su edición digital que también puede incluir blogs y, por último, medios digitales, creados y desarrollados únicamente en la red también con sus blogs integrados.

**Tabla 1. Medios culturales en internet**

Medios generalistas tradicionales	Sección
	Blogs
	Suplemento
Revistas especializadas tradicionales	Revista
	Blogs
Medios digitales	Blogs de autoría individual
	Blogs de autoría colectiva
	Revistas de autoría colectiva públicas
	Revistas de autoría colectiva privadas

Fuente: Elaboración propia

### 3. Medios generalistas tradicionales en internet

En este primer bloque se incluirían los espacios dedicados a la Cultura en los medios generalistas tradicionales, tanto prensa, como radio y televisión, que tienen también su edición digital. Como ejemplo nos centraremos en la prensa en la que podemos diferenciar tres espacios de los contenidos especializados en cultura: sección, blogs y suplemento, y tomaremos como ejemplo uno de los diarios nacionales de referencia, *El País*.

Esteban Hernández, autor del ensayo “Tres crisis en una: el periodista cultural”, recoge la opinión del escritor y periodista responsable del suplemento cultural de *La Vanguardia*, Sergio Vila-Sanjuán respecto al espacio de la cultura en los medios de comunicación, “el periodismo cultural ha tenido un crecimiento ininterrumpido desde 1980. En estos años nacieron las secciones de cultura en los diarios y sus suplementos

literarios vieron cómo se incrementaban notablemente sus páginas. Además, televisiones y radios les dieron cada vez mayor importancia”<sup>11</sup>.

### 3.1. Sección de Cultura

Las ediciones digitales de los periódicos reproducen, de forma general, la estructura de las secciones de los diarios en su edición en papel y con ella la sección de “Cultura”. Esta sección nació, como señala Emy Armañanzas<sup>12</sup>, con periodicidad diaria y ubicación fija, en la Transición, en los diarios *El País* y *Diario 16*, que crearon equipos de periodistas de “Cultura” con el objetivo de cubrir informativamente acontecimientos que se generaban en este ámbito, mientras que la crítica se dejaba en manos de colaboradores. Las páginas de esta sección se prolongan en los suplementos especializados mencionados anteriormente. Se refiere esta autora a la separación de los contenidos culturales en *El País* inicialmente en dos secciones denominadas “Cultura” y “Espectáculos”, diferenciación a la que también alude Mary Luz Vallejo que señala que “cada vez se tienden a separar más la cultura del espectáculo, sobre todo, por el predominio de la televisión que ha terminado por imponerse en las últimas páginas de los periódicos”<sup>13</sup>.

La denominación de las secciones ha ido cambiando desde los años 90, fecha en la que concluyen los estudios de estas dos autoras. Actualmente, y frente a la diferenciación que Armañanzas destacaba entre las secciones de Cultura y Sociedad, estas dos secciones han terminado por fusionarse en algunos casos aunque conserven su espacio o subsección en las páginas de los diarios. La dificultad para establecer los límites de la sección de Cultura se debe a su consideración como un “área blanda” en terminología de Félix Rebollo<sup>14</sup> aunque el autor defiende la relevancia de este área en una sociedad caracterizada por la diversidad y la pluralidad.

La sección de “Cultura” en la edición digital de *El País* se ubica en la barra horizontal bajo la cabecera, lo que le da una buena visibilidad y fácil acceso. El orden de las secciones en esta barra es similar al del periódico en papel y los contenidos culturales

---

<sup>11</sup> HERNÁNDEZ, E. “Tres crisis en una: el periodista cultural (y2)”, en *Trama&Texturas*, 9 (2009), pp. 47-56.

<sup>12</sup> ARMAÑANZAS, E. “La cultura, una parcela para periodistas especializados”, en *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 1 (1996). En <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer01-11-armananzas.pdf>

<sup>13</sup> VALLEJO MEJÍA, M. L., *La crítica literaria como género periodístico*, Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra, EUNSA, 1993, p. 21.

<sup>14</sup> REBOLLO SÁNCHEZ, F., “Revistas literarias y culturales (1995-2005)”, en FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. J. (coord.), *Prensa especializada actual. Doce calas*, Madrid, McGrawHill, 2007, pp. 255-285.

se sitúan en séptima posición por detrás de Internacional, Opinión, España, Economía, Ciencia y Tecnología y delante de Estilo, Deportes y Televisión. En el interior de la sección de Cultura los contenidos se dividen en: Literatura, Cine, Música, Teatro, Danza, Arte, Arquitectura, Toros, Blogs, *Babelia* (el acceso al suplemento cultural) y Titulares.

### 3.2. Blogs

Los blogs son, desde hace tiempo, un contenido habitual de los medios digitales que cuentan con una amplia oferta de blogs temáticos o generalistas escritos, la mayor parte de ellos, por sus propios redactores y columnistas para completar la información y opinión habitual o diaria del medio. Puede definirse blog como “una jerarquía de texto, imágenes, objetos multimedia y datos, ordenados cronológicamente, soportados por un sistema de distribución de contenidos capaz de proporcionar (al autor) la funcionalidad necesaria para distribuir esos contenidos con cierta frecuencia, exigiéndole unas capacidades técnicas mínimas, y que puede facilitar la construcción de conexiones sociales significativas o comunidades virtuales alrededor de cualquier tema de interés”<sup>15</sup>. Según el estudio de los blogs especializados en la prensa digital de Francisco Esteve Ramírez y Pastora Moreno Espinosa<sup>16</sup> de los diarios *ABC*, *El País*, *El Mundo*, *La Razón*, *Público* y *La Vanguardia*, la cultura es una de las áreas de periodismo especializado tratada con especial atención por los medios digitales en la que los blogs suelen presentarse agrupados por bloques temáticos.

El País ofrece a los lectores de su edición digital un amplio abanico de blogs que no se presentan agrupados por bloques temáticos sino por orden de actualización. Para la sistematización de los blogs de Cultura de El País se ha elaborado un cuadro en el que se incluye, el tema, título y autores y su profesión.

**Tabla 2. Blogs culturales en *El País***

TEMA	TÍTULO	AUTOR/ES	PROFESIÓN
------	--------	----------	-----------

<sup>15</sup> ESTEVE RAMÍREZ, F. y MORENO ESPINOSA, P., “Los blogs especializados en la prensa digital”, en CEBRIÁN HERREROS, M. (dir.), *Desarrollos del periodismo en Internet*, Sevilla, Comunicación Social, 2010, p. 169.

<sup>16</sup> *Ibidem* 177 y ss.



LITERATURA. Novela Negra	Elemental	Juan Carlos Galindo Berna González Harbour Amelia Castilla Ana Lorite Guillermo Altareas	Redactores
LITERATURA Actualidad editorial	El boomeran(g)	Varios	Escritores y críticos
LITERATURA	Mira que te lo tengo dicho	Juan Cruz	Periodista
MÚSICA	La ruta norteamericana	Fernando Navarro	Redactor y colaborador Babelia
CINE	Versión muy original	Varios	Redactores
TELEVISIÓN	Quinta temporada	Álvaro P. Ruiz de Elvira Natalia Marcos	Redactores
ARQUITECTURA	Del tirador a la ciudad	Anatxy Zabalbeascoa	Periodista e historiadora
HISTORIA	Historia(s)	Tereixa Constenla Isabel Burdial Julián Casanova Manuel Morales María José Turrión	Redactora Historiadora Historiador Redactor Historiadora

En este cuadro se han eliminado algunos blogs que aparecen en la sección de “Cultura” de *El País* pero que corresponden a otras secciones aunque que tratan temas relacionados con la cultura como el blog “Con arte y sonante”, de Miguel Ángel García Vega encuadrado en la sección de Economía o “Café Steniner” de José Ignacio Torreblanca correspondiente a Internacional.

También a la sección cultural del diario se vinculan otros blogs de asuntos que hemos dejado fuera de esta investigación en la que utilizamos un concepto de cultura restringido a las Artes. De esta forma, quedan fuera de este trabajo los blogs dedicados a la gastronomía (“El Comidista” de Mikel López Iturriaga y “Gastronotas” de José Carlos Capel), así como otros que combinan temas culturales y sociales como el blog para padres “De mamas & de papas”.

Cabe señalar que la literatura continúa siendo el contenido principal de los blogs corresponde mayoritariamente a redactores del propio periódico y de la sección de cultura. Como curiosidad, comentar que los autores del blog de novela negra son redactores del periódico, y en algún caso también escritores de este género, pero de diferentes secciones.

### 3.3. Suplementos

Los suplementos culturales de los periódicos nacieron hace dos siglos como suplementos literarios. En España el primero fue *Los Lunes de El Imparcial* (1874) aunque el modelo internacional que ha ido siguiendo a la prensa española es el del *Times Literary Supplement*, conocido desde 1969 por sus siglas TLS, que publica desde 1902 el *Times*. La literatura continúa siendo el tema principal de los suplementos culturales aunque hoy día se incluyen también otros ámbitos de la cultura como el teatro, la pintura o la música. Puede definirse suplemento como, “Hojas perfectamente identificables o cuadernillos independientes, embuchados en el periódico, de distinta periodicidad (generalmente semanal) en los cuales se insertan comentarios de opinión, críticas rigurosas, trabajos de creación literaria, reportajes (en mucha menor medida) y entrevistas relacionadas única y exclusivamente con la actualidad literaria y editorial”<sup>17</sup>.

Uno de los suplementos más veteranos es *Babelia*, del diario *El País* que se edita desde 1991 los sábados como un cuadernillo insertado en el periódico, aunque también publican este suplemento otros diarios como *ABC*, *El Mundo*, *La Vanguardia* o *El Norte de Castilla*.

Es un cuadernillo de 20 páginas, pudiendo llegar a 24, insertado en el centro del ejemplar del diario con el que coincide en el tipo de papel y en el tamaño. También incluye ilustraciones y fotografías en color.

El contenido de *Babelia* es fundamentalmente literario porque más de la mitad de sus páginas están dedicadas a las Letras. En las últimas páginas se incluyen críticas, reseñas y artículos de opinión sobre otras manifestaciones culturales, señaladas en la parte superior del folio como son Arte, Música y Teatro. El suplemento desarrolla el tema que se presenta en la portada con un reportaje de tres o cuatro páginas e incluye algunas secciones fijas como la firmada por Antonio Muñoz Molina con el título genérico “Ida y vuelta” que precede a la página de opinión. El apartado que más páginas ocupa, la crítica literaria se inicia con “El libro de la semana” y a continuación se suceden los textos en los que se indica, entre otras características, el género literario de las obras referenciadas. El suplemento también incluye una entrevista a un autor, acompañada de una crítica que ocupa dos páginas y finaliza con otra entrevista en la sección “El rincón”.

---

<sup>17</sup> MOLINA, C. A., Medio siglo de Prensa literaria española (1900-1950), *op. cit.*, p. 29

El suplemento *Babelia* en la actualidad está dirigido por Ricardo Querol, antes número dos del área digital de *El País*, y cuenta con su propio equipo. Dispone de un blog genérico del suplemento denominado *Papeles Perdidos*. Además, en el marco de la convergencia digital de los medios de comunicación, concepto que se desarrollará en el siguiente epígrafe, *Babelia* ha desarrollado aplicaciones para su distribución en diferentes plataformas como tabletas o iPad.

#### 4. Revistas especializadas tradicionales en internet

La dualidad de soporte, el formato en papel y digital, se ha ido imponiendo desde hace tiempo como solución a la crisis de los medios de comunicación que ha supuesto la desaparición de un 25% de las cabeceras tradicionales entre 2008 y 2013, según datos de la Asociación de Revistas Culturales de España<sup>18</sup>. Las razones de esta disminución de títulos son, principalmente, la reducción de subvenciones en un 40% y de publicidad en un 27% y la desaparición obras sociales de las cajas de ahorro.

El cibermedio español estándar de información especializada, según el estudio de 2005 antes mencionado, posee dualidad de soporte en tanto en cuanto dispone de versiones en internet, y papel, ondas o televisión. El estudio señala que un 77%, 397 de los 513 medios digitales especializados, tiene también edición impresa, radiofónica o audiovisual.

Esta dualidad de soporte se enmarca en proceso de la denominada convergencia digital, que en la definición de Ramón Salaverría, Pere Masip y José-Alberto García-Avilés<sup>19</sup> es “un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen desde múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una”.

Precisamente la distribución para diversas plataformas es uno de los elementos de la convergencia con más éxito y es el que afecta principalmente a las revistas especializadas tradicionales que a su edición en papel han sumado la edición web, para

---

<sup>18</sup> SAINZ BORGÓ, K., “Las revistas culturales en España: de las subvenciones a la polémica”, en *Vozpópuli*, 15/07/2013. Disponible en: <http://vozpopuli.com/impresion/28164-las-revistas-culturales-en-espan>

<sup>19</sup> SALAVERRÍA, R., MASIP, P. Y GARCÍA-AVILÉS, J.-A., “Concepto de convergencia periodística”, en LÓPEZ GARCÍA, X. Y PEREIRA FARIÑA, X., (coords.), *Convergencia digital. Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España*, Santiago de Compostela, Universidade de Santiago, 2010, p. 41-64.

PDA's, teléfonos móviles e *iPhones* y *iPad* entre otros<sup>20</sup>. Un ejemplo de convergencia en cuanto a la distribución en múltiples plataformas con versiones para dispositivos como el *iPad* lo ofrece la revista del grupo La Fábrica, *Matador*.

El panorama de las revistas culturales actualmente y pese a la crisis, es muy amplio. Existen multitud de revistas de Literatura tanto de creación como de crítica, de Arte, de Filosofía y Pensamiento y de muy diversas áreas, teatro, música (ópera, jazz, pop...) Cine, fotografía...

Un caso particular porque se proyectó en papel pero nació en Internet es *Jot Down Magazine*. Su vocación es convertirse en el *New Yorker* español. El proyecto surgió de dos personas ajenas al periodismo y con un formato diferente. Su rasgo distintivo es en blanco y negro y pueden llegar a publicar una entrevista de 12.000 palabras, que equivaldría a unas 10 páginas de un periódico. La publicación se concibió par papel pero hasta pasado un año no consiguieron publicar el primer número impreso. De ese primer número que salió en junio de 2012 tiraron cien mil ejemplares de los que vendieron el 98%, en la página web han superado el millón de visitantes únicos. Desde su estreno en internet, el 16 de mayo de 2011, la revista ha continuado su proceso de crecimiento. Nació con diez redactores en plantilla y una red de 85 colaboradores y hoy supera los 100.

La incorporación de contenidos comerciales o de gestión<sup>21</sup>, según la clasificación de Jaime Alonso y Lourdes Martínez, es otro de los elementos con el que estas revistas luchan por su supervivencia en varios formatos. Este tipo de contenidos consiste en la realización de una gestión a cambio de una retribución económica generalmente. Caso por ejemplo de la reserva de entradas para un espectáculo, generalmente cine, que es donde más éxito tiene esta fórmula de incorporación de contenidos. De nuevo, estos servicios también se articulan a través de aplicaciones para móviles como el que desarrolla la revista *Fotogramas* para la compra de entradas de cine.

## 5. Medios digitales

En este apartado se incluyen las publicaciones exclusivamente online, sin edición en papel. A pesar de los datos sobre el doble soporte, según el estudio de 2005, un 23%

---

<sup>20</sup> MASIP, P., DÍAZ-NOCI, J., DOMINGO, D., MICÓ-SANZ, J.-L. y SALAVERRÍA, R., "Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia", en *El profesional de la información*, vol. 19,. 6 (2010), pp. 568-576.

<sup>21</sup> ALONSO, J. Y MARTÍNEZ, L., "Medios interactivos: caracterización y contenidos", *op. cit.*, p. 277.

de los medios digitales de información especializada han surgido por y para internet. La eclosión de medios especializados en cultura en internet, como señala el periodista y bloguero, Juan Ángel Juristo remite a situaciones similares las del siglo XIX, “cuando los diarios brotaban como hongos un poco al modo en que ahora lo hacen los blogs y las páginas web, y el oficio apenas daba para subsistir. Hubo que esperar casi cien años para que la situación se regularizara”<sup>22</sup>.

Se plantean Juristo y otros autores la viabilidad económica, en definitiva, la profesionalización de estas publicaciones, máxime en un contexto de crisis económica. Internet permite el ahorro del coste de papel, pero los ingresos por publicidad son mínimos. Otra fuente de posibles ingresos, las suscripciones plantean el problema de que si son demasiado estrictas, es decir, solo se ve el resumen de la revista, ésta pierde visibilidad pero si gran parte del contenido puede leerse sin pagar, los ingresos serán muy bajos. La solución que apuntan los expertos pasa por el pago por artículo y la presencia en iTunes o Amazon.

La clasificación de los medios digitales especializados en cultura resulta complicada por su enorme variedad<sup>23</sup>. Un posible criterio clasificador podría ser el temático ya que existen medios digitales especializados en diferentes manifestaciones culturales entre las que destacan la literatura, el cine o bien las revistas que tratan diversos aspectos relacionados con la cultura sin centrarse en una sola especialidad.

Otro criterio para ordenar la diversidad de medios digitales culturales es la autoría, es decir, el emisor origen de la comunicación que en este caso podría ser: individual o colectivo y en este último caso podría distinguirse entre público o privado. como por los promotores. Entre las revistas culturales de autoría colectiva y pública destacan las promovidas desde las Universidades como por ejemplo, *Subverso* de la Universidad de Valladolid (<http://www.subverso.es/>) o *Suma Cultural* de la Universidad de La Rioja, (<http://revista.unir.net/cultural>). Existen también numerosos ejemplos de revistas de autoría colectiva y privada como por ejemplo, *Revista de Letras*, (<http://revistadeletras.net/>) o *Encubierta* (<http://www.encubierta.com/>).

Por último también destacan los blogs que pueden ser de autoría individual o colectiva, precisamente los blogs elaborados por varios autores adoptan un formato muy

---

<sup>22</sup> HERNÁNDEZ, E., “Tres crisis en una: el periodista cultural (y2)”, *op. cit.*, p. 50.

<sup>23</sup> SÁNCHEZ DE LA NIETA, G., “Salto con red. Una panorámica de las revistas culturales online”, en *Sumacultural*, 3/06/2013. Disponible en: <http://sumacultural.unir.net/201306039902/salto-con-red-una-panoramica-de-las-revistas-culturales-online>

similar al de las revistas e incluso han sido el paso previo para la creación de un portal de revista, caso de *L'illa dels llibres* (<http://www.illadelsllibres.com/>) que comenzó siendo un blog en 2006 para convertirse en un portal dedicado a la literatura.

Dentro de toda esta variedad, lo que define a este tipo de medios independientemente de su autoría o promotores es, como señala Guillermo López, “el tipo de comunicación que proponen, de carácter jerárquico, con contenidos predeterminados por el emisor con los que el usuario puede interactuar hasta cierto punto, pero no puede, por ejemplo, contribuir activamente a su creación y modificación”<sup>24</sup>.

Ante este amplio panorama, Ludolfo Paramio<sup>25</sup>, se pregunta para qué sirve una revista cultural y si su función ha cambiado con el desarrollo de la Red para responderse que: “Las revistas culturales, como la crítica y el estudio, han sido siempre fenómenos de minorías. Lo que trae la era de Internet es la posibilidad de enlazar minorías muy alejadas por el espacio, y de crear así un público mucho más amplio del que tradicionalmente han tenido las revistas culturales impresas. El problema de fondo es y seguirá siendo la capacidad de las revistas, digitales o no, para ofrecer un lugar de encuentro y debate partiendo de unas premisas, de un paradigma más o menos compartido. O sea: el problema de siempre”.

Otra cuestión que afecta en general a los medios especializados en Internet es la de la actualización. Según el estudio de 2005 antes citado, la frecuencia de actualización de los medios digitales especializados era baja, una media de 7 días y un 64% por ciento ni siquiera realizaban esa actualización una vez por semana. Naturalmente la actualización varía según el tipo de medio de esta clasificación que hemos elaborado. Será constante en la sección de la edición *on line* de un periódico tradicional y mucho más espaciada en una revista con doble formato en papel y digital de periodicidad mensual en papel. Precisamente la frecuencia de actualización, señalan algunos autores, debe tener en cuenta el planteamiento de una revista cultural como un espacio de reflexión y debate para no caer en el “síndrome del tertuliano” con una opinión inmediata y sin argumentos.

## 6. Conclusiones

---

<sup>24</sup> LÓPEZ GARCÍA, G., *Los cybermedios valencianos: cartografía, características y contenidos*, op. cit., p. 69.

<sup>25</sup> PARAMIO, L. (2011), “¿Para qué sirve una revista cultural?”, en *Catálogo Asociación de Revistas Culturales de España 2011-2012*, Madrid, Calamar Edición y Diseño, 2011, p. 6-9.

Internet ofrece un amplio espacio para la especialización periodística en cultura con una gran diversidad de medios que están en proceso de adaptación y reconfiguración para acercarse a una audiencia potencial muy amplia pero muy fragmentada. El proceso de convergencia digital, especialmente en cuanto a la distribución multiplataforma está consolidándose en las publicaciones culturales lo que facilita el acceso a estos contenidos para el público. En este sentido promover herramientas de interactividad o contenidos de gestión y servicios contribuirían a la consolidación del periodismo cultural en el entorno digital de cara a una audiencia cada vez más proactiva.

Una última conclusión se refiere al papel del periodista cultural que ha ampliado su función tradicional y no se limita a dar cuenta de la actualidad del entorno cultural, sino que amplía sus funciones al comentario y la crítica, a través principalmente de los blogs que, como hemos visto en el caso de *El País*, están realizados por periodistas. Se difumina así esa clásica barrera que en la sección de Cultura dividía a los periodistas y los críticos y que señalaba en los 90 Armañanzas para sustituirlo por un periodista especializado que puede ser informador, mediador y crítico.