

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN



LA REVISTA DIGITAL COMO HERRAMIENTA DEL PERIODISMO
CULTURAL

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER EN COMUNICACIÓN

AUTOR

ANGIE ALEJANDRA DELGADO FARROÑAY

ASESOR

CECILIA LOURDES VIDAURRE NIETO

<https://orcid.org/0000-0002-0068-5797>

Chiclayo, 2019

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| RESUMEN | 3 |
| ABSTRACT | 3 |
| INTRODUCCIÓN | 4 |
| MARCO TEÓRICO | 6 |
| 2.1 Periodismo Cultural | 6 |
| 2.1.1. Fuentes del periodismo cultural | 7 |
| 2.1.2. Géneros de la información cultural | 7 |
| 2.2. Periodismo digital | 11 |
| 2.2.1. Características del entorno digital | 11 |
| 2.2.2. Escribir en la web | 13 |
| 2.2.3. Herramientas digitales | 14 |
| 2.3. Periodismo cultural y la revista digital | 14 |
| CONCLUSIONES | 16 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 17 |

RESUMEN

En esta investigación se busca establecer a la revista digital como herramienta del periodismo cultural. Pues debido a los nuevos formatos digitales y la adaptación de distintos medios tradicionales a las mismas, las nuevas tendencias han llegado para ser aprovechadas por los periodistas, en este caso culturales. Por este motivo, se le da un vistazo al periodismo cultural y al periodismo digital para obtener un panorama claro respecto a la situación en cuestión. Y finalmente se establece que, en efecto, existen ventajas por parte del formato digital, nuevas tendencias respecto al periodismo cultural digital, y nuevos atributos por parte de las nuevas revistas digitales de periodismo cultural.

PALABRAS CLAVES: revista digital, periodismo cultural, periodismo digital

ABSTRACT

This research seeks to establish the digital magazine as a tool for cultural journalism. Well, due to new digital formats and the adaptation of different traditional media to them, new trends have come to be used by journalists, in this case cultural. For this reason, a look at cultural journalism and digital journalism is given to get a clear picture of the situation at hand. And finally it is established that, in effect, there are advantages on the part of the digital format, new trends regarding digital cultural journalism, and new attributes on the part of the new digital cultural journalism magazines.

KEYWORDS: digital magazine, cultural journalism, digital journalism

INTRODUCCIÓN

La evaporación de secciones y suplementos, la disminución de espacios y el predominio de la imagen sobre la palabra escrita en los medios impresos, fueron tendencia en la primera década del siglo que no sólo afectaron al periodismo cultural (Aguilar, 2016). Esto es algo que se ha tratado más de una evolución en donde los medios impresos migran al mundo digital con distintas finalidades como aumentar sus audiencias, disminuir el uso de papel y recuperar el liderazgo dentro del medio. Y a la actualidad, se ha transformado en una constante adaptación a las nuevas herramientas que abren paso a una infinidad de creación de contenido.

El periodismo cultural, encargado de difundir noticias sobre actividades consideradas culturales como la literatura, el teatro, la música, las artes plásticas, el cine y la televisión (Vila-SanJuan, 2015); ha logrado sobreponerse con la llegada de nuevas opciones para la propagación de la información por medio portales web, blogs, e incluso las redes sociales.

Pese a que en un principio existían algunas miradas que aún no creían en los medios digitales, en su influencia y en las amplias posibilidades que estos brindarían, La práctica ha demostrado que resulta necesario confiar en los modos de producción y difusión de los mismos. Ello sin olvidar que los modos de creación y lectura dependen en gran parte del propio lector que consume los productos culturales. Por ello, la profesión periodística actual exige de personas que vean, oigan y concluyan respecto a las exigencias cambiantes.

Esta situación, lleva a la pregunta: ¿De qué manera la revista digital sirve de herramienta del periodismo cultural?. Junto a la digitalización de noticias y los nuevos formatos digitales, este trabajo de investigación busca establecer a la revista digital como herramienta del periodismo cultural. Y de esta manera, se pueda: identificar las ventajas del formato digital en el periodismo cultural desde la aparición de la web 2.0, mostrar las nuevas tendencias respecto al periodismo cultural digital y reconocer los atributos de las revistas digitales de periodismo cultural actual.

Proaño & Resabala (2018) en su tesis “Periodismo cultural y web 2.0: La radio online Casa de la Cultura ecuatoriana, una experiencia del periodismo cultural en la web 2.0” analizó el desarrollo de la experiencia de periodismo cultural en la web 2.0 y estableció características de la cobertura de los temas a tratar en el mismo. De ello concluyó, que nos encontramos en una “sociedad red” en donde se establece un diálogo entre culturas por medio de la web, y es necesario trasladar a este campo el periodismo cultural para que el público expectante que se involucre con el contenido sea ilimitado.

Asimismo, el *paper* de Álvarez (2015) titulado “El lenguaje periodístico cultural: nuevas plataformas, nuevos paradigmas” ahondó más en un análisis y mención de las nuevas oportunidades brindadas al periodismo cultural a partir de las características que la comunicación digital establece. Y hace hincapié finalmente, en que el proceso evolutivo de adaptación por parte de los medios digitales culturales sigue en desarrollo. Pero pese a ello, cada día aprovechan más los recursos novedosos que la web les brinda..

Por otro lado, el trabajo de investigación de Chaman (2017), “Proyecto para el diseño, desarrollo y lanzamiento de una versión digital del suplemento cultural *Variedades* del Diario Oficial *El Peruano*” desarrolló una propuesta teórica y práctica para la creación de una versión digital de un suplemento cultural. Por medio de encuestas para conocer las preferencias del público seguidor, la observación de tres casos de referencias en el terreno de las publicaciones digitales y las opiniones de un grupo de periodistas del diario; llegó a concluir en que existió una aceptación positiva por parte de los lectores que accedían al contenido.

Con los antecedentes planteados, es preciso mencionar que esta investigación será importante porque presentará una nueva herramienta en la cual se podrá consolidar el periodismo cultural al aprovechar un nuevo territorio en el mundo digital, con el formato de revista en la web. Y el logro obtenido durante todo el proceso investigativo, será fundamental para llevar a la sociedad un periodismo cultural completo y adaptado a las nuevas necesidades del lector.

MARCO TEÓRICO

2.1 Periodismo Cultural

Como lo establece Villa-SanJuan (2015), el periodismo cultural es aquel que se define por su objeto (la literatura, el teatro, la música, las artes plásticas, el cine y la televisión) y no por su método. Con ello, quiere decir que se encuentra ligeramente distanciado tanto del periodismo literario como del narrativo, que se afianzan de distintos estilos y/o técnicas de relato novelístico. No obstante, un periodista cultural puede y hasta llega a realizar periodismo literario.

Por otro lado, Esquirol (2014) sostiene que la denominación “periodismo cultural” se aplica a un campo heterogéneo y extenso, dadas las temáticas a las que está destinado a cubrir. Su misma enunciación sugiere relaciones y oposiciones entre ambos términos. Pues, como lo menciona Martínez (2018) el concepto de cultura es más amplio que el de periodismo, ya que este último, consta de una “actividad limitada a la simple acción y reacción reporteril de informar para el público”. Ante esto, para una definición más precisa, propone una reducción del concepto de cultura hasta adaptarlo al periodismo.

Cultura, como lo afirma el sociólogo mexicano Jorge González (citado por Martínez, 2018), es el principio organizador de la experiencia y del movimiento constante de la vida, con la que ordenamos y estructuramos nuestro presente. Del mismo modo, cita a la UNESCO, quien refiere a este término, como la que da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo y hace de ellos, seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos.

A modo paralelo, el periodismo queda definido por Martínez (2018) como una actividad metodológica basada en recolectar, jerarquizar, sintetizar y publicar información respecto a hechos interesantes del presente, del pasado y/o futuro. También, resalta que es considerada como una profesión que requiere una serie de estudios previos para su desempeño. Además, necesita cumplir con una serie de normas establecidas en una ética periodística.

Dado a que esta profesión existe bajo la necesidad de la sociedad por estar informada en distintos ámbitos de interés, llega la especialización periodística. Por este motivo, existe el periodismo deportivo, el periodismo científico, el periodismo cultural, etc. Y de este modo, el periodista especializado, se debe encargar de traducir los códigos de dicho ámbito específico para que todo el público tenga acceso al conocimiento.

Es así como finalmente, Iván Tubau (citado por Martínez, 2018) define el periodismo cultural de la forma más precisa, como “la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios de comunicación masivos”. Asimismo, el autor resalta que esta rama se encuentra dirigida a cubrir todas las manifestaciones del amplio concepto que concierne el término de cultura en una sociedad. Y según Esquirol (2014), debe estar referido tanto a los elementos artísticos como éticos de dichas manifestaciones.

2.1.1. Fuentes del periodismo cultural

Las fuentes de información son aquellas que permiten a los periodistas reconstruir un hecho y complementar los conocimientos para contar las noticias de la forma más objetiva. Jimenez & Ramos (citado por Llagas, 2017) afirman que la mayor parte de las noticias son generadas por las personas, ya sean personas públicas y otras que son parte de un hecho noticioso. En consecuencia, para que una fuente sea reconocida como tal, debe ser fiable. Y estas fuentes son usadas en las distintas especialidades del periodismo, en efecto, en el periodismo cultural.

Echevarría (citado por Llagas, 2017) presenta una clasificación de fuentes, las cuales comprenden: las fuentes personales y las fuentes documentales. Las fuentes personales, como lo establece su mismo nombre, son aquellas que el mismo periodista recopila mediante la relación humana profesional o social en la que se desenvuelve. Este tipo de fuente se puede subdividir en cuatro tipos: los protagonistas de la información, las personas públicas o portavoces, los observadores o testigos y los expertos o intérpretes.

Por otro lado, las fuentes documentales, comprenden todas aquellas registradas en documentos. Estas son más fáciles de clasificar y conseguir. Son un testimonio inequívoco de una serie de acuerdos, procedimientos y decisiones.

2.1.2. Géneros de la información cultural

Un periódico o revista, ya sea cultural o de cualquier otra especialidad, contienen distintos tipos de textos que cumplen con diferentes funciones dentro de los límites del papel (Esquirol, 2014). El periodismo cultural ha adoptado distintos géneros con el tiempo. Por ello, se establece una mención de los mismos para tener un mejor panorama de los más usados.

a. Noticia cultural

Respecto a la definición de noticia, el Manual de periodismo de El Comercio, establece que es un género básico por la preferencia de uso que se le tiene dentro de los periódicos. La redacción de la misma no debe desligarse de la claridad y de la objetividad, de tal manera que atraiga y mantenga la atención del lector,

Por su parte, Gargurevich (citado por Valle, 2014) encamina el significado a los elementos que debe tener para ser una noticia como tal. Es así como el autor, afirma que un hecho para ser considerado noticia debe contener proximidad, novedad, consecuencia, curiosidad, conflicto, interés común, oportunidad, etc. Es decir, que sea un hecho que suceda dentro de un alcance geográfico determinado, que contenga situaciones poco comunes, que atraiga al público, que signifique un problema y que interese a una gran mayoría de personas.

No obstante, Tuñón (citado por Valle, 2014) alude al latín proveniente de “noticia”, el cual es notus y significa “novedad”, para destacar lo que envuelve en si una noticia (sea de la especialización que sea). Asimismo, sostiene que cada medio está encargado de definir sus propios criterios de selección de noticias de acuerdo al público al que se dirijan como a sus características periodísticas (periodicidad, tecnología, funciones, modelo).

b. Crónica cultural

El punto diferenciador entre la noticia y la crónica, que destaca Tello (citado por Llagas & Zapata, 2017), es que la crónica informativa narra de forma cronológica determinados hechos y puede recrear una atmósfera en su escrito de acuerdo a lo percibido. En cambio, la noticia pretende ser más directa sin afianzarse de otros recursos.

Por su parte, Vivaldi (citado por Llagas & Zapata, 2017) define este género como “una información interpretativa de los hechos noticiosos actuales”, de esta forma el periodista no solo se limita a contar el acontecimiento, pues también juzga lo narrado. Ello es lo característico de la crónica.

Al pertenecer al género interpretativo, se apoya de un fuerte apoyo descriptivo para su óptimo desempeño. De esta forma, González (citado por Llagas & Zapata, 2017) menciona que recurre a lo narrativo para el relato de los hechos de forma cronológica y a lo descriptivo para poder sumergir al lector en el ambiente, como alguien que también presenció el suceso.

c. Reportaje cultural

Según González (citado por Llagas & Zapata, 2017), el reportaje se trata de un género narrativo que al igual que el anterior, combina lo narrativo y descriptivo. No obstante, el propósito que le confiere a este, es el relatar lo que no se sabe de un suceso conocido. Y de modo consecuente, reflejar las impresiones del periodista. De esta manera, lo comunicado por medio del reportaje, despierta en el lector la necesidad de actuar. Y la información deja de ser algo simple para convertirse en una denuncia.

A este punto, lo resaltante del reportaje ahonda en el carácter comunicador social que contiene. Y Vivaldi (citado por Llagas & Zapata, 2017) de acuerdo con esta idea, menciona que se escriben reportajes con el propósito de informar (de manera completa) al que no sabe.

El género periodístico en mención debe contener también las características que contienen las noticias. Este relato de actualidad, va construyendo lo que no se ve a simple vista. Por ello, el que realiza, se llega a nutrir de múltiples fuentes para poder obtener un panorama claro del hecho a narrar. Y finalmente, se afianza de distintos recursos que permiten ver su visión esclarecedora de lo contado.

d. Entrevista cultural

Además de ser un recurso utilizado con frecuencia para la elaboración de los distintos géneros periodísticos. La entrevista, según Rivera (citado por Valle, 2014) es un encuentro planificado entre el periodista (entrevistador) y una figura pública o privada (entrevistado) con el fin de obtener información de la misma para luego comunicarla por cualquier medio de comunicación.

A diferencia de la entrevista como recurso para la elaboración de noticias completas, la entrevista periodística como género va dirigida a públicos masivos, pues la noticia está dada por el mismo personaje que por el hecho específicamente. Valle (2014) establece que puede tratarse de un artista, editor, investigador, etc., cuyas opiniones o actividades contienen un valor público. Por consiguiente, el lector buscará sus opiniones tanto de temas generales o específicos, así como datos de su vida personal.

Rivera (citado por Valle, 2014) afirma que el entrevistador cultural no debería tener más cualidades que las exigidas a los periodistas que continuamente realizan entrevistas. Resalta que es importante que este conozca del tema a modo general, sepa escuchar, tenga habilidad para preguntar y repreguntar sin miedos, aptitud para percibir las ideas del entrevistado, y tacto para abordar y crear la situación de entrevista.

e. Otros géneros

Dentro de este apartado, los géneros a considerar están dentro de los llamados géneros de opinión. Su importancia dentro del periodismo cultural está en la necesidad que tienen las distintas manifestaciones culturales de ser juzgadas o vistas de una forma distinta. A fin de esclarecer el contexto en el que se presencian los distintos acontecimientos culturales, los géneros de opinión son de los más usados en esta especialización periodística.

En primer lugar, la crítica, según Ayala & León (citado por Valle, 2014) manifiestan que es indispensable dentro del periodismo cultura. Asimismo, resaltan lo dicho por Vivaldi, quien establece que es una reseña valorativa de una obra humana (literaria, artística o de un espectáculo). Así también, Gutiérrez (citado por Valle, 2014) sostienen que todo crítico debe tener una decidida afición por la rama artística que haya elegido. Y además, debe tener conocimientos de dicho campo, para la mejor comprensión y calidad crítica.

La columna se inclina a lo argumentativo, aunque su estructura es igual a la del editorial. Gonzáles (citado por Llagas & Zapata, 2017) la define como un artículo de opinión en el que el autor dispone de toda la libertad para emitir sus juicios sobre los asuntos que considere. Adquiere este nombre, porque suele ocupar una columna. Este género, interpreta, analiza, valora y orienta al público con respecto a los hechos coyunturales.

Por otro lado, la editorial recurre a las formas expositivas y argumentativas. Para Gonzáles (citado por Llagas & Zapata, 2017), es el género periodístico que expresa la opinión institucional. Asimismo, se constituye en el vocero legítimo de un medio impreso, y permiten notar las ideas que comprende el mismo. De este modo, García & Gutiérrez (citado por Llagas & Zapata, 2017) resaltan el efecto de su contenido y lo imponen como el más relevante dentro de los géneros de opinión.

2.2. Periodismo digital

La Sociedad de la Información, es definida por Castells (citado por Oliva, 2014), como un estado de desarrollo social caracterizado por la capacidad de sus miembros para obtener y compartir información instantáneamente. Esta ha contemplado un desarrollo científico y tecnológico, así como el impacto de internet en la labor periodística, la cual promovió el nacimiento del periodismo digital. De este modo, se considera que a través del “fenómeno internet”, este periodismo se vio involucrado con un nuevo medio de comunicación digital interactivo y multimedia que trajo consigo una nueva manera de elaborar, estructurar, presentar y difundir noticias.

Crosbie (citado por Barja, 2016) resalta la exigencia de un conocimiento totalmente renovado que trae consigo el periodismo digital. Este conocimiento debe apuntar a reconocer todo el abanico de nuevas posibilidades de las que dispone el público. Y hace hincapié no solo a estas nuevas opciones relacionadas a las características del entorno digital, sino también a las nuevas narrativas y lenguajes con la que dispone el periodista.

Dada la situación, los procesos de convergencia mediática se pusieron en marcha. Oliva (2014) afirma que esta situación acercó a sectores estancos en el pasado, A la actualidad, el periodismo digital se sigue adaptando a un constante cambio con la aparición de nuevas características y herramientas propias del entorno web 2.0 y 3.0.

No obstante, si bien la web 2.0 tenía como primordial cambio la interactividad y multimedialidad con la que se presentan lo contenidos, la web 3.0 prioriza la posibilidad de poder sincronizar la información en distintos positivos. Dentro de esta última, Oliva (2014) menciona la aparición del preocupante periodismo 3.0 o periodismo cívico en donde se considera que las personas realizan periodismo por la inmediatez con la que pueden publicar algún acontecimiento que estén presenciando. Sin embargo, es impreciso afirmar la existencia de un periodismo ciudadano como tal, dadas las características que exige el periodismo para la elaboración y presentación de noticias.

2.2.1. Características del entorno digital

Ahora bien, el periodismo digital se ha caracterizado mayormente por la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad. No obstante, otras características se le son atribuidas con el pasar del tiempo. Junto a esta premisa, Orihuela (citado por Barja, 2016) y

Álvarez (2015) destacan la interactividad, personalización, multimedialidad, hipertextualidad, actualización y abundancia de información, como las más importantes.

En primer lugar, aparece la interactividad que supone una información y comunicación bidireccional. Es decir, existe una respuesta de receptor a emisor y viceversa. De aquí desborda el periodismo colaborativo mencionado por Caminos, Marín & Armentía (citado por Barja, 2016), en donde los periodistas hacen uso de la web para recopilar datos y la difusión de información por parte de los lectores.

Seguido a ello, la Real Academia Española (2014) establece que un hipertexto es el «conjunto estructurado de textos, gráficos, etc., unidos entre sí por enlaces y conexiones lógicas». Es así, como lógicamente la hipertextualidad aludida a los textos digitales, permite estructurar, contextualizar y ampliar la información. Y es el lector, quien a su gusto, decide los caminos de su lectura.

Asimismo, la multimedialidad es otra de las características primordiales en los actuales textos digitales. Álvarez (2015) afirma que esta permite la convivencia entre los distintos formatos como el texto, la imagen, el audio, los videos y los gráficos; todos accesibles en un mismo soporte. Lo cual ha traído consigo, el nacimiento de un nuevo lenguaje para la creación de contenidos.

Otra característica es la inmediatez, y Barja (2016) la define como la difusión continua de información por medio de distintos canales, de manera seguida e ininterrumpida. De acuerdo a ello, Álvarez (2015) hace hincapié en la facilidad de los textos digitales de llegar a las personas en comparación a los medios tradicionales.

Así también, los textos digitales contienen transtemporalidad. Casasús (citado por Barja, 2016) la define como el fluir constante y permanente de la información en internet, que facilitan construir marcos contextuales que permiten complementar otras informaciones para dar profundidad histórica, documentada y consultable por los usuarios.

La proximidad, también aparece dentro del listado de López (citado por Álvarez, 2015). Ello debido a que la información no tiene barreras de difusión y el alcance mundial, facilita poder tener a la mano los distintos contenidos. Del mismo modo, la versatilidad mencionada por Casasús (citado por Barja, 2016), establece que la información puede prestarse a servir distintos objetivos.

Además de ello, es clara la abundancia de información en la internet, y frente a esto, el periodismo busca nuevas formas de jerarquizar las noticias con la finalidad de que el usuario no se ahogue en el mismo. Ello abre camino a la personalización, que supone una selección de contenidos y toma de decisión para la difusión establecida por temáticas (local, internacional, deportes, economía, entretenimiento, etc).

2.2.2. Escribir en la web

Si bien los parámetros de la lectura se han visto modificados en las nuevas plataformas de comunicación, la elaboración de los textos también debe asumirse bajo ciertos cambios. Por ello, Álvarez (2015) establece algunos principios para la redacción en la web.

A modo inicial y tradicional, lo más importante siempre debe ir al principio. Asimismo, el autor resalta que es necesario romper con la uniformidad, es decir, con la estructura de contenidos por medio de jerarquías de encabezados y párrafos que ayuden a romper con la monotonía del texto en la pantalla. El uso de negrita para resaltar términos y conceptos claves, deben ser considerados dentro de ello. Así como el esquivar párrafos largos y pesados, con el uso de hiperenlaces.

Las facilidades que ofrece el entorno digital son muchas, por ello, el autor reconoce que es preciso aprovecharlas. Esto ayudará a enriquecer la página con recursos multimedia que amplíen de mejor forma el trabajo periodístico. Y de esta manera, la distribución será más fácil y podrá ser comprendida de forma inmediata.

Por otro lado, Echevarría, Viada, Quiroga, Pereyra, Prudkin, Cravero & Digón (2015), imponen que “para escribir en la web, es necesario saber escribir bien”. Tomando en cuenta principalmente el conocer la lengua, sus estructuras, gramática y ortografía. Así también, el tener en claro lo que se quiere contar sin olvidar que el periodismo sigue siendo periodismo. Y finalmente, estar en constante adaptación a lo que los medios digitales ofrecen.

Además de lo mencionado, Bernal (2014) considera que los periodistas deben interesarse por quiénes los leen, desde qué dispositivos, cómo hacerlos pensar o reflexionar, cómo hacerlos sentir, saber las fuentes con las que trabajan, en qué condiciones, con qué equipo, en qué tiempo y de qué forma se editará la información.

2.2.3. Herramientas digitales

Para que los periodistas sepan y tengan respuesta a lo mencionado por Bernal (2014) llega este apartado. La autora establece un listado de herramientas digitales, los cuales resumiré en dos procesos: la organización de la información y la creación de contenido multimedia. Ello sin olvidar, que existen múltiples soportes para el trabajo digital como la pc, las tabletas o los smartphones.

Ahora bien, respecto a la organización de la información refiere como primera necesidad, el espacio para guardar documentos o compartirlos. Para ello, la autora menciona almacenajes virtuales como *Dropbox* y *Google Drive*, que además permite sincronizar lo contenido en el almacenamiento tanto en la pc, como en la tableta y el smartphone.

Otra forma de organizar la información o datos, la establece mediante el uso de distintas aplicaciones. Dentro de ellas, es preciso resaltar Evernote, la cual puede ser instalada en cualquier dispositivo y así realizar las anotaciones que se requieran. De la misma manera, Bernal (2014) establece un sinfín de herramientas para organizar tareas, encriptar mensajes, documentarse con otros diarios y convertir los formatos de los archivos que uno obtenga.

En paralelo, a la hora de mencionar herramientas para la creación de contenido multimedia, Bernal (2014) resalta múltiples programas tanto para audio, video, gráficos y fotografías. Dentro de los más resaltantes se encuentran *Audacity* para la edición de audios y *Soundcite* para su respectiva publicación. En cuanto a fotografías, menciona a *Creative Commons* para obtener imágenes sin licencias, *Adobe Photoshop* para la edición de fotografías propias e *Instagram* para su publicación. Asimismo, para la realización de gráficos, recomienda *Inforgr.am*. Y finalmente establece que existen múltiples herramientas para realizar videos interactivos (*Zentrack*, *Wirewax*), descargar videos de Youtube (*Easy Youtube Dowlander*), subtítularlos y convertir los formatos (*Apowersoft*).

2.3. Periodismo cultural y la revista digital

Al igual que las otras especialidades periodísticas, el periodismo cultural también se ocupa de los temas de interés público. Y la aparición de nuevas plataformas virtuales, también lo han implicado para replantearse con el fin de ir hacia un campo más variado (Proaño & Resabala, 2018).

Álvarez (2015) afirma que “las revistas digitales de contenido cultural han sufrido la misma evolución que los diarios”. Y reconoce que muchas de estas han mantenido el formato tradicional para subirlas en formato pdf a la web, sin adecuación a las características que ofrecen los entornos digitales. No obstante, reconoce que otras si dan buena cuenta de las nuevas plataformas y aprovechan lo que les ofrece. De esta manera, usando los recursos multimedia, rompen la linealidad textual que se limitaba al subirla como el formato en papel.

Así también, Álvarez (2015) resalta que el periodismo cultural digital ha llegado para contar de la mejor manera la información o contenido. Y con ello, hace referencia al uso de videos, infografías, presentaciones, fotografías, ilustraciones, etc., Por ello, es necesario recordar que cuando de revista digital se hable, tiene que estar enfocado al uso de todas las posibilidades que esta brinda para la mejor difusión de la información (y no sólo hacer una publicación en pdf del formato en papel).

CONCLUSIONES

Al desarrollar la presente investigación, se buscó establecer a la revista digital como herramienta del periodismo cultural. Por ello, a continuación se expone un conjunto de conclusiones específicas que comprenden los resultados de la monografía.

1. Se identificó múltiples ventajas del formato digital en el periodismo cultural. Una de ellas fue la aparición de la Web 1.0, la cual significó un puente clave para que distintos medios escritos plasmaran su contenido escrito en la red. Seguido a ello, la Web 2.0 le permitió dar un paso más allá, pues ahora el término “digital” vino con características nuevas como la interactividad, la multimedialidad y la inmediatez, las cuales le obligaron a generar un nuevo contenido desligado de lo escrito. Finalmente, la Web 3.0 generó lo mismo, esta vez tomando en cuenta que las personas pueden digerir contenidos desde distintos aparatos electrónicos. Lo cual les permite extender su público y generar información valiosa gracias a las nuevas herramientas digitales.

2. Se mostró la existencia de nuevas tendencias respecto al periodismo cultural digital, las cuales se manifiestan en la misma evolución que día a día los distintos soportes digitales ofrecen. Estas se observan en la misma web, en la cual se puede encontrar un significativo número de revistas digitales que a modo de sitios web generan información y establecen una interacción más cercana con su público. E incluso, existen revistas tradicionales de periodismo cultural, que llegaron a realizarse tras haber incursionado en lo digital, debido a la afluencia de su público que exigía el formato en papel.

3. Finalmente, se reconocieron los atributos de las revistas digitales del periodismo cultural actual. Las cuales, al haber asumido las distintas opciones que lo digital ofrece, no se conforman con un solo formato. Por lo contrario, generan contenido distinto tanto para Facebook, Youtube, Spotify, Instagram, etc.. Y con ello, ven la manera de poder generar un sustento para la viabilidad del contenido generado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, J. (1 de octubre, 2016). *Los nuevos territorios del periodismo cultural*. El Universal. Recuperado de: <https://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/articulo/julio-aguilar/cultura/2016/10/1/los-nuevos-territorios-del-periodismo>
- Álvarez, E. (2015). *El lenguaje periodístico cultural: Nuevas plataformas, nuevos paradigmas*. Centro Internacional de Lexicografía: Universidad de Valladolid, España. No. 17 pp. 1-67.
- Bernal, A. (2014). *Herramientas digitales para periodistas*. Barcelona: Editorial UOC.
- Barja, L. (2016). *El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Caso El Comercio, RPP Noticias y Epena* (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Chaman, C. (2017). *Proyecto para el diseño, desarrollo y lanzamiento de una versión digital del suplemento cultural Variedades del Diario Oficial El Peruano* (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima-Perú.
- Esquirol, M. (2014). *La cultura en la palabra*. Alemania: Redactum.
- Infante, R. & Pereda, A. (2013). *Periodismo cultural digital: Retos de la Web 2.0*. APORTES de la Comunicación y la Cultura. No. 16. pp. 1-29.
- Llagas, A. & Zapata, D. (2017). *Tratamiento periodístico de la sección cultural de los diarios El Informador de Guadalajara (México) y La Industria de Chiclayo* (Tesis de licenciatura). Universidad Señor de Sipán, Pimentel-Perú.
- Martínez, N. (2018). *El Periodismo Cultural*. Revista de Museología Kóot. No. 9. pp. 63-68. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11298/436>
- Oliva, C. (2014). *El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento*. Aposta Revista de Ciencias Sociales. No. 61. pp. 1-30. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950257004.pdf>
- Proaño, R. & Resabala, G. (2018). *El periodismo cultural y web 2.0: La radio online Casa de la Cultura ecuatoriana, una experiencia de periodismo cultural en la web 2.0*. (Tesis de titulación. Universidad Central de Ecuador, Quito-Ecuador.

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23.a ed.). Madrid, España: Autor.

Valle, M. (2014). *El periodismo cultural en los diarios limeños de hoy. Una nueva propuesta conceptual. Análisis de los casos de El Comercio, La República y El Peruano* (Tesis de licenciatura). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima-Perú.

Vila-SanJuan, S. (2015). *Una crónica del periodismo cultural*. España: Universidad de Barcelona.