

GRAN GARABAÑA: REVISTA ONLINE DE LITERATURA ORIENTAL

LINA MARCELA HUANG PEÑA

BOGOTÁ

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE

2010

GRAN GARABAÑA: REVISTA ONLINE DE LITERATURA ORIENTAL

LINA MARCELA HUANG PEÑA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar por el título de Comunicador-
periodista.

DIRECTOR: PEDRO ADRIAN ZULUAGA

BOGOTÁ

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE

2010

"La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por sus alumnos en sus tesis de grado. Sólo velará porque no se publique nada contrario al dogma y a la moral católica, y porque las tesis no contengan ataques o polémicas puramente personales. Antes bien, se vea en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia".

(Artículo 23 del Reglamento Académico)

Bogotá, junio 1 de 2010

Señor:

Jürgen Horlbeck

Decano Académico

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Pontificia Universidad Javeriana

Cordial saludo:

Me complace poner en consideración suya y de la Facultad el trabajo de grado GRAN GARABAÑA, REVISTA ONLINE DE LITERATURA ORIENTAL , realizado por la estudiante Lina Marcela Huang Peña, de la carrera de Comunicación Social, que contó con mi asesoría. Este trabajo desarrolla la página web de periodismo cultural www.grangarabana.com, especializada en traducción y divulgación literaria, con énfasis en las tradiciones narrativas de países asiáticos como Japón, China, Corea y Rusia. Además se ofrece un interesante acopio de material teórico sobre las nuevas tecnologías en el periodismo, discusiones sobre los nuevos retos de la información cultural y debates sobre las implicaciones de los formatos digitales en temas de gran dinamismo como los derechos de autor.

Atentamente,

Pedro Adrián Zuluaga

Profesor

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Bogotá, 8 de junio de 2010.

Señor

Jürgen Horlbeck
Decano académico
Facultad de Comunicación y lenguaje
Ciudad

Apreciado Decano:

Presento a su consideración el trabajo de grado titulado *Gran Garabaña*, “revista online de literatura oriental” (www.grangarabana.com) , requisito para optar por el título de Comunicadora social-periodista.

Espero que el trabajo sea de utilidad para la Universidad y un aporte a los medios de comunicación del país.

Cordialmente,

Lina Marcela Huang.

PEDRO ADRIÁN ZULUAGA DUQUE

CÉDULA DE CIUDADANÍA: 70.694.414

FECHA DE NACIMIENTO: 20 de mayo de 1972

DIRECCIÓN RESIDENCIA: *Bogotá*: Cra 8 No 83-24. Apto 401

TELÉFONO: *Casa*: 2185596. *Celular*: 320-3221639

E-MAIL: pedroadrian@hotmail.com / zuluagap@javeriana.edu.co

ESTUDIOS REALIZADOS

Universidad de Antioquia. Comunicación Social-Periodismo. Grado en 1999

Universidad Javeriana. Maestría en Literatura
(2006/2009-Grado en junio de 2009)

Universidad de Antioquia. Maestría en Historia del Arte:
2 semestres (2003/2-2004/1).

EXPERIENCIA LABORAL

EMPRESA: Museo de Antioquia

CARGO: Curador del Festival de Cine Sinfronteras Medellín
AÑO: Enero-julio 2009 / Actualmente

EMPRESA: Corporación Pulpmovies

CARGO: Creador y editor de la publicación online *Extrabismos*
AÑO: Agosto 2008-septiembre 2009

EMPRESA: Casa Editorial El Tiempo

CARGO: Columnista de cine de la revista *Cambio*
AÑO: Agosto 2008-febrero de 2010

EMPRESA: Ministerio de Cultura de Colombia

CARGO: Experto en cine del Comité de Clasificación de Películas
AÑO: Julio 2007-actualmente

CARGO: Coordinador de curadores y responsable del material pedagógico –
Colección Audiovisual PAN
AÑO: Marzo 2008-Mayo 2009

CARGO: Coordinador de programas de formación de públicos de la
Dirección de Cinematografía
AÑO: Agosto 2004-mayo 2006

EMPRESA: Museo Nacional de Colombia y Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano

CARGO: Curador de la exposición *¡Acción! Cine en Colombia* y miembro del comité
académico de la Cátedra de Historia sobre cine colombiano.
AÑO: Agosto 2006-octubre 2007

EMPRESA: Centro Colombo Americano (Medellín)

CARGO: Director del Programa de Cine y Editor de *Kinetoscopio*
AÑO: 2000-2004

CARGO: Editor de *Kinetoscopio*
AÑO: Junio 2006/ abril 2008

EMPRESA: Telemedellín

CARGO: Periodista del noticiero "Metropolitanas" y realizador
AÑO: 2000

EMPRESA: Comfenalco (Medellín)

CARGO: Jurado del concurso de video "Para verte mejor"
AÑO: 2000

CARGO: Coordinador del cineclub "Cinema Azul"
AÑO: 1998-2001

EMPRESA: Periódico "El Mundo" (Medellín)

CARGO: Periodista de la sección "Vida" y del suplemento cultural
"Imaginario"
AÑO: 1999-2000

CARGO: Columnista de cine y literatura del suplemento cultural "Imaginario"
AÑO: 1996-2000

EMPRESA: V Feria del Libro de Medellín

CARGO: Coordinador general del encuentro "El audiovisual colombiano
ahora"
AÑO: 1998

EMPRESA: Periódico "Vivir en El Poblado" (Medellín)

CARGO: Periodista
AÑO: 1996

EMPRESA: Comfama (Medellín)

CARGO: Coordinador General de Videoproyecciones
AÑO: 1997

EXPERIENCIA DOCENTE

INSTITUCIÓN: Universidad de los Andes
CURSO: Mirada al cine colombiano
AÑO: 2008-Actualmente

INSTITUCIÓN: Universidad Javeriana
CURSO: Periodismo cultural
AÑO: 2007-Actualmente

INSTITUCIÓN: Festival de Cine de Cartagena
SEMINARIO-TALLER: Escribir sobre cine (12 horas)
AÑO: 2004

INSTITUCIÓN: Universidad de San Buenaventura
CURSO: “Cine en la cultura”
AÑO: 2002

INSTITUCIÓN: Universidad de Antioquia
CURSO: “Cine I”
AÑO: 2001

INSTITUCIÓN: Universidad Pontificia Bolivariana (Medellín)
CURSO: “Apreciación cinematográfica”
AÑO: 1999-2000

INSTITUCIÓN: ISAGÉN (Medellín)
CURSO: “Introducción al lenguaje cinematográfico”
AÑO: 1998 y 1999

INSTITUCIÓN: Comfenalco (Medellín)
SEMINARIO: “Temas y estéticas del cine”
AÑO: 1997

INVESTIGACIÓN Y PUBLICACIONES

- Editor asociado del libro *Cinembargo Colombia: ensayos críticos sobre cine y cultura*, Juana Suárez, Fondo Editorial Universidad del Valle / Ministerio de Cultura, 2009.
- Segundo lector de la *Revista de Estudios Colombianos*. Número especial sobre cine colombiano 33/34 (2009).
- Consultor de los estudios “Estudio prospectivo de la Formación Audiovisual en Colombia” (Universidad Externado / Ministerio de Cultura, 2006) y “Sistemas de Clasificación de Salas de Cine” (Politécnico Grancolombiano / Ministerio de Cultura, 2009).
- Editor y redactor del manual *Maleta de películas, Plan Audiovisual Nacional*, Ministerio de Cultura, 2009.
- Editor de *Cuaderno de Cine Colombiano No 13. Investigación e Historiografía*, Cinemateca Distrital, enero 2009.
- Editor del libro *Memorias XII Cátedra Anual de Historia Ernesto Restrepo Tirado “Versiones, subversiones y representaciones del cine colombiano. Investigaciones recientes”*, Museo Nacional / Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, octubre 2008.
- Investigación y textos del catálogo de la exposición *¡Acción! Cine en Colombia*, Museo Nacional de Colombia, octubre 18 - 2007 / enero 20 -2008.
- Director del trabajo de grado: “La convergencia del cine y la literatura: hacia un realismo literario colombiano en la década del cincuenta”, de Gabriel Villarroel, Pontificia Universidad Javeriana, 2008.
- Antologista e investigador del libro *Revista al cine colombiano: El cine nacional en nuestras revistas de cine* (título provisional), inédito.
- Reporte anual sobre el cine colombiano en el libro *International Film Guide*

publicado por el grupo Mallflower Press de Londres. Años 2004, 2005, 2006, 2008 y 2009.

- Artículo "El cine que no pudo ser" para el libro: *50 días que cambiaron la historia de Colombia*, Planeta-Semana, Bogotá, 2004
- Ensayo "Corto colombiano 1999-2006. El sobresalto" para *Cuadernos del Cine Colombiano No 9*, Cinemateca Distrital, 2007.
- Ensayo "Las revistas de cine en Colombia" para *Cuadernos del Cine Colombiano No 6*, Cinemateca Distrital, 2005
- Redactor del manual *Ruta de apreciación cinematográfica*, Ministerio de Cultura, 2005.
- Redactor del manual *Imágenes para mil palabras*, Ministerio de Cultura, 2005.
- Coordinación editorial de *Manual de Gestión de Salas Alternas de Cine*, Ministerio de Cultura, 2004.
- Director del trabajo de grado de Comunicación Social-Periodismo "La historia del jazz en Medellín", de Ana Lucía Isaza, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín.
- Asistente de la investigación "Plano general del documental colombiano", dirigida por María Lucía Castrillón, Cinemateca Distrital, 1997.

Artículos y ensayos en los periódicos *El Mundo*, *El Colombiano* y *De la urbe* de Medellín, *La Patria* de Manizales, el Magazín Dominical de *El Espectador*; *Lecturas fin de semana* de *El Tiempo*, las revistas *Kinetoscopio*, *Universidad de Antioquia*, *Deshora* y *Folios* de Medellín, las revistas *Semana*, *Cambio*, *Directo Bogotá*, *Cinemateca*, *Avianca*, *Pesquisa* y *Bakanica* de Bogotá, *Aleph* de Manizales, *Cinémas d'Amérique Latine* de Toulouse, *Revista de Estudios Hispánicos* y *Revista de Estudios Colombianos*.

DISTINCIONES

- Jurado de los Premios Nacionales de Cultura, Modalidad Premio Nacional de

Comunicaciones, Medios Audiovisuales, Universidad de Antioquia, 2009.

- Premio Distrital de Jurados. Convocatoria Audiovisual del Instituto Distrital de Cultura y Turismo Bogotá 2006.
- Jurado de la crítica de cine en el Festival Internacional de Cine Fantástico y de Terror de Cataluña. Sitges 2006.

REALIZACIONES AUDIOVISUALES

- *Botero íntimo y personal*, 3 especiales de media hora para Telemedellín, 2000
- *Roma ciudad abierta*, 2 especiales de media hora para Telemedellín, 2000.

CONFERENCIAS

Ponencias y/o conferencias en Comfama, Comfenalco, Centro Colombo Americano, Universidad Nacional, Universidad San Buenaventura, Cámara de Comercio, Museo de Arte Moderno y Museo de Antioquia en Medellín, Cine Club Borges de Pereira, Festival de Cine de Cartagena, Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia, Festival de Cine Colombiano Feria de las Flores, Feria del Libro de Bogotá, Festival de Cine Sinfronteras, Festival de Apreciación Cinematográfica de Pamplona-Norte de Santander, Cátedra de Historia Ernesto Restrepo Tirado-Museo Nacional de Colombia, Encuentro Nacional de Escuelas y Programas de Formación Audiovisual-Universidad Javeriana 2007, Cine a la Calle Barranquilla 2007.

REFERENCIAS

Carolina Franco

Directora

Departamento de Arte

Universidad de los Andes

Maryluz Vallejo

Profesora

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Universidad Javeriana

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a los profesores Maryluz Vallejo y Pedro Adrian Zuluaga quienes me guiaron con la idea y desarrollo de este trabajo.

También agradezco a Asai Hirohisa, Angélica González, Diana Arias, Jairo Andrés Correa, Pablo Ibarreche, Laura Blanco, Karen Insignares y Adriana Montoya, y todos profesores y estudiantes que me asesoraron y colaboraron en la realización del producto.

TABLA DE CONTENIDO

	Página
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. CAPÍTULO I	
Marco teórico.....	2
3. CAPÍTULO II	
Desarrollo y configuración de la revista <i>online</i> de literatura oriental Gran Garabaña.....	34
4.CONCLUSIONES.....	40
5.BIBLIOGRAFÍA.....	41
6. ANEXOS	
6.1. Anexo no. 1. Periodismo cultural online y crítica literaria en Colombia.....	47
6.2. Anexo no.2. Estrategia de divulgación de la revista Gran Garabaña.....	56

INTRODUCCIÓN

Debido a la carencia de medios de comunicación especializados en literaturas marginadas del canon occidental, el público, lector de periodismo cultural, desconoce muchas obras literarias importantes. Además, mientras que en países anglosajones como Inglaterra y Estados Unidos se han realizado estudios de literaturas orientales, la investigación en países de habla hispana no alcanza el mismo nivel. España y México van a la vanguardia en traducción; es el caso de las colecciones de editoriales como Hiperión, Trotta y Solar, pero no alcanzan a abarcar las obras que salen al mercado en países como China, Japón, India, Rusia. Y en Colombia, a pesar de la literatura que nos llega de esos países, está la desventaja de la poca enseñanza que hay en la academia de literaturas no occidentales.

Por otra parte, si observamos los medios de periodismo cultural impreso notamos que también tienen una tendencia a centrarse en los temas locales, mientras que otros cubren un ámbito internacional cerrado a Europa y el continente americano. Si bien esto no quiere decir que nunca se cubran estas literaturas, su aparición es muy esporádica. Por otro lado, en los periódicos principales *El Tiempo* y *El Espectador*, la sección de cultura privilegia la información actual con cercanía geográfica. De esta forma, la academia y los medios de comunicación reproducen la cultura dominante desplazando a otras que pueden enriquecer el conocimiento cultural.

Este proyecto se centró en debates como la industria editorial y nuevas tecnologías, culturas dominantes y subordinadas, y el periodismo cultural online; con la intención de aprovechar las facilidades que brindan los nuevos medios digitales para publicar el primer número de una revista que creara un espacio de la divulgación y crítica periodística, abierto a los nuevos debates y las investigaciones que puedan surgir sobre estas literaturas no occidentales. Si bien, emprendemos una búsqueda ambiciosa dada la cantidad de temas que hay por explorar, la revista Gran Garabaña es un primer intento para, a través del periodismo cultural online, rescatar letras antiguas y actuales por medio de géneros como la reseña, la entrevista, el ensayo y las nuevas traducciones

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

EL CONCEPTO DE CULTURA

Ortega y Gasset divide la cultura en dos clases especializadas y refuerza la idea del intelectual como el guía en medio de la masa ignorante (Ortega y Gasset, citado en Tubau, 1982). Por su parte, Adorno y Horkheimer expresan la alienación cultural de los sujetos debido a la producción masiva (Adorno y Horkheimer citado en Tubau, 1982). Dwight MacDonald habla de dos clases de cultura: La cultura Superior y la Masscult o cultura de masas que cuando se disfraza de Cultura superior es llamada Midcult; esta última siempre apoya un movimiento que ya ha sido legitimado y por lo tanto sabe que no va a fallar al hacerlo. MacDonald termina por concluir que es necesario crear una nueva élite cultural (MacDonald citado en Tubau, 1982).

Daniel Bell habla de una concepción en la forma de ver la cultura que pasó de concentrarse solo en lo relacionado con las Bellas Artes y las Bellas Letras a “considerarse desde el punto de vista de cómo se organizaba un estilo de vida” (Bell citado en Tubau, 1982). Así, la división de la cultura pasa a convertirse en una cuestión del estar adentro o afuera de la moda. (Bell citado en Tubau, 1982). Umberto Eco por su parte expone dos maneras de ver la cultura. La de los apocalípticos, para quienes la cultura de masas es una aberración y la de los integrados que aceptan la convivencia de la cultura superior junto a la cultura popular. Frente a las formas en que la contracultura es rápidamente absorbida por el capitalismo y convertida en consumo, Jean Baudrillard propone la idea de la cultura como simulacro en el que todo es espejo de lo otro y hay un círculo eterno donde aquello que debería ser la verdadera significación se pierde: “Lo que pone en juego el *sentido de las obras* es que *todas las significaciones se hayan convertido en cíclicas*, es decir, que les sea impuesta, a través incluso del sistema de comunicación” (Baudrillard citado en Tubau, 1982,).

T.S. Elliot relaciona la cultura con la religión: “Cualquier religión, mientras subsista, y en su propio nivel, da un significado visible a la vida, provee el cimiento para una cultura, y protege a la masa de la humanidad del tedio y la desesperación” (1949, p.46) . En su libro *Notas para la definición de cultura*, menciona respecto a aquellos que creen que la cultura es de unos pocos: “Una “cultura” se concibe como la creación de la sociedad en conjunto; y es, desde otro aspecto, aquello que la convierte en sociedad. No es solo una parte de dicha sociedad” (1949, p51).

Por otra parte Edward Said lee la cultura desde sus formas de dominación que vuelven invisibles los límites: “En esta época nuestra de actitudes construidas por los medios de comunicación la insistencia ideológica de una cultura que llama la atención sobre sí misma como algo superior ha dejado paso a una cultura cuyos cánones y estándares son invisibles hasta el punto de que son “naturales, objetivos o verdaderos” (Said, 2004,p.21). Hoy por hoy, la cultura contada en los medios masivos en Colombia ya no está determinada principalmente por cánones estéticos sino por el mercado, y se expresa de diferente forma de acuerdo al medio.

La cultura ha tenido variedad de definiciones, pero hay un consenso en lo que tiene que ver con separar la cultura en superior y popular. Jorge B. Rivera menciona en su libro *Periodismo cultural*, las concepciones predominantes de la cultura según su separación en los medios de comunicación. Por un lado, se encuentra la cultura ilustrada destinada a una minoría y divulgada a través de medios selectivos específicos. (Rivera, 1995, p 15) La otra noción viene de una definición realizada por E.B. Taylor en 1847 y según la cual, la cultura es un “conjunto complejo que incluye conocimiento, creencias, arte,

moral, ley, costumbres y otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad” (Taylor citado en Rivera, 1995).

Según el estudio de Germán Rey (Rey, 2009), donde un aspecto es la representación de la cultura en los periódicos impresos y la televisión en Colombia, la mayor parte de información corresponde a la cultura culta, seguida de masiva y por último, cultura popular. Por el contrario, en la televisión predomina la cultura masiva, seguida de cultura culta y cultura popular (Rey, 2009).

PERIODISMO CULTURAL

Según la definición ya mencionada por Bell acerca de la cultura como moda y estilo de vida, este autor expresa que el “árbitro del gusto” de la cultura es el *mass media*, el cual determina quien está adentro y quién no (Bell, citado en Tubau, 1982). Laszarfeld y Merton también hacen referencia a este fenómeno y al papel del periodismo como reforzador del *statu quo* que vuelve al lector cada vez menos capaz de crítica ya que favorecen el mantenimiento de las condiciones (Laszarfeld y Merton, citado en Tubau, 1982).

Para Tubau, el periodismo se vuelve en muchos casos representante de una cultura de mosaico donde el individuo no tiene posibilidad de libertad (1982,p.33); el periodismo cultural debe tratar en lo posible, de oponerse al mosaico y darle al receptor una visión más especializada (1982, p.36).

Rivera, define el periodismo cultural como “la reproducción y circulación del capital cultural objetivado de una sociedad por fuera de canales institucionales” y tendría dos funciones: “creadora” y “reproductora” (1995, p.16). A través de la primera se exploran

nuevas visiones de mundo y la segunda se encarga de divulgar el acervo cultural ya dado. La creación se encuentra por fuera de las lógicas del mercado, mientras que la reproducción se ubica en el campo de la industria cultural (1995, p.16). En este orden de ideas, Vallejo defiende una agenda cultural cuyos temas no siempre estén definidos por la novedad: “Este periodismo especializado tendría que luchar contra el fetiche de la actualidad, que va dejando sin memoria la información. (1993, p.19).

Según las entrevistas realizadas por Jorge Patiño a directores de varios medios culturales colombianos para la tesis *El periodismo cultural, algo más que un espectáculo* encontramos definiciones como la de Mario Jursich, editor de la revista *El Malpensante*: “Yo preferiría un término que ha hecho cierta carrera y es el de “periodismo literario” (...) lo literario tiene que ver con el tratamiento que se le da a este asunto, la calidad de la escritura.” (Jursich, citado en Patiño, 2002)

De otro lado, la opinión del director de la sección de cultura de El Tiempo, va muy de acuerdo con lo que acostumbra a publicar ese periódico sobre el tema: “Es el que se ocupa, necesariamente, de las actividades en donde interviene la creatividad del hombre y que además tiene una condición de entretenimiento.” (Zambrano, citado en Patiño, 2002)

Para las revistas Número y El Malpensante el periodismo cultural se centra básicamente en el tratamiento y enfoque de los temas, dado no solo por el estilo sino por la capacidad que tenga el periodista para equilibrar la subjetividad con el uso de conexiones que articulen un buen contexto con la información (Patiño, 2002, p.26). Además el periodismo cultural: “no sólo debe estar vinculado a los eventos o creaciones

artísticas, sino también a lo social. (...) debe ser capaz de interpretar los hechos artísticos –o si se quiere, culturales- según el marco social que les rodea”. (Patiño, 2002, p.60).

Sin embargo, la cultura no se debe asemejar a otros campos del periodismo, de forma que se pierda el atractivo del estilo en que es contada, como expresa Augusto: “No sabría decir a ciencia cierta cuando cambió todo, ni quién tuvo la idea de estandarizar las secciones del periódico sometiéndolas a un mismo conjunto de reglas, necesidades y urgencias, costumbre que terminó por inhibir la creatividad de las páginas dedicadas a la cultura” (2006,, p21-23).

Augusto también critica el predominio de la novedad y la primicia en el periodismo cultural. Por su parte, el puertorriqueño Feliciano advierte sobre el problema de caer en una erudición y una escritura poco clara (2005, p13).

Al periodismo cultural en Colombia aún le falta mucho por explorar. Si bien existen buenas revistas especializadas, los periódicos dedican muy pocos espacios a ciertos temas. Según el estudio realizado por Rey, la mayoría de información cultural que aparece en los periódicos está escrita en forma de noticias breves referidas a la agenda cultural de eventos. Hay una “enorme orfandad narrativa, orfandad de investigación, orfandad de análisis, de expresiones culturales, de páginas, de secciones especializadas, de crítica. Lo que se encuentra es que básicamente la información cultural es de mera noticia” (2009).

El investigador menciona como principales fuentes del periodismo cultural colombiano, instituciones como la Alcaldía y el Ministerio de Cultura; aunque la presencia de fuentes es casi nula. También aparecen universidades, empresas, ONG y como

principales sujetos de información, los escritores y los músicos populares. Sin embargo, las editoriales independientes o los pequeños grupos culturales siguen siendo poco visibilizados en los medios (Rey, 2009).

La información cultural, tanto en periódicos como en televisión, se trata más a partir de los sucesos y las obras que de los creadores. Lo que resalta principalmente en los titulares de primera página es lo que tiene que ver con premios, bienales, salones y festivales. Rey dice que faltan por contarse el patrimonio, el paisaje cultural, arqueología y prehistoria, costumbres y tradiciones sociales, tradiciones y religiosas y rituales, tradición oral y documentos históricos; “empiezan a aparecer saberes tradicionales, restauración, monumentos, fiestas y carnavales”(2009). Además, en la información se le da privilegio a lo local sobre lo internacional (Rey, 2009). Pero más que el debate sobre información local o foránea, la problemática radica en que la información cultural es utilizada para otros propósitos como sostiene Morales “Se terminó el tiempo del periodista, en su reemplazo llegaron los comunicadores corporativos, listos a meterle al lector mercancías, como si se tratara de un programa de televentas” (2009, p.38) .

El problema de la información cultural utilizada como negocio o como entretenimiento conduce a la falta de reflexión sobre lo que realmente debería contar la cultura. De acuerdo al director de Babelia “En los medios colombianos no hay una definición del espacio cultural, qué es cultura, qué se quiere contar, como se quiere contar, y sobre todo, qué valores se quieren transmitir” (Rodríguez, 2009).

CRÍTICA LITERARIA Y PERIODÍSTICA

Antecedentes

Terry Eagleton habla de la crítica desde sus orígenes y la vincula con las ideas de la ilustración materializadas en los cafés y sitios de encuentro de la esfera pública burguesa durante los siglos XVII y XVIII en Inglaterra. En esta época, *The Tatler* y *The Spectator* son las publicaciones más innovadoras que hacen crítica y no solo resúmenes de obras literarias. Sin embargo, esta no es todavía una crítica profesional, como expresa el autor: “es más bien un sector de un humanismo ético general, indisociable de la reflexión moral, cultural y religiosa.” (Eagleton, 1984, p. 21)

Por lo tanto, el papel del crítico no es especializado, sino que debe manejar muchas ramas del saber y la figura del crítico se compara con la del *flâneur* que se resiste a la especialización y “vaga o deambula” entre diversos campos observando desde lo más trivial hasta lo más trascendental; de lo que ve emite un juicio (Eagleton, 1984, p. 21). Pero más que un juez que mira todo desde arriba, el crítico corrige a sus iguales: “El crítico ha de amonestar y corregir desde dentro de un pacto social primordial con sus lectores” (Eagleton, 1984, p. 21).

El crítico es además un caballero que posee corrección en todo sentido y proviene de la clase media de la sociedad. Mientras tanto, en los cafés, los autores se codean con sus mecenas, pero circunstancias como el surgimiento de la profesión literaria y de una industria editorial, junto al enriquecimiento de los librerías, hacen que el estilo de la crítica se vuelva más definido para lograr diferenciarse en medio del anonimato. (Eagleton, 1984, p.35). Y uno de sus representantes es Samuel Johnson. Con el

capitalismo y el auge del mercado decae la esfera pública burguesa, lo que creará los factores para una mayor especialización de la crítica representante de un: “distanciamiento entre el intelectual literario y la formación social” (Eagleton, 1984,p.39).

En el contexto del conflicto de clases y la mercantilización literaria, los críticos aprovechan para manifestar sus posturas políticas (Eagleton, 1984, p.45). Para Leigh Hunt la función del crítico “se está convirtiendo en algo a la larga tan insostenible como la de “expresar” una opinión pública que él de forma encubierta o descarada manipula” (Hunt citado en Eagleton, 1984).

Así, para rescatar la crítica literaria de los enfrentamientos políticos, nace la figura del crítico como “sabio” que busca su independencia frente a toda situación política y social, y la trasciende. “La posición del crítico en relación con su audiencia es ahora trascendental, dogmáticos e inapelables sus pronunciamientos y escalofriante su fría postura hacia la vida social” (1984,p.47). De esta forma el crítico se salva de reproducir la opinión general pero al mismo tiempo pierde su participación en la esfera pública (Eagleton, 1984, p47) tomando un punto de vista romántico que se acerca a la idea de Benedetto Croce: “El crítico debe vincularse a la realidad individual del poema. Es su función dar una caracterización de éste, es decir, determinar su contenido o sea cual sea su fuerza motriz” (Croce, citado en Vernon, 1982).

Eagleton prosigue con otra categoría de crítico: el hombre de letras o intelectual, este tiene amplios conocimientos del mundo y su función es instruir a los lectores (1984, p.55); en él su función moralizante se opone a su función literaria, pero se opone también al sabio ya que se encuentra más cerca del público (1984,p55).

Más adelante, con la politización de la crítica, se presenta una oposición entre las dos concepciones:

“A la crítica, pues, se le presenta la incómoda disyuntiva de conservar un contenido político, ganando así en relevancia social lo que pierde en una parcialidad destructora de la misma esfera pública que pretende construir o asumir un punto de vista trascendental más allá de esa esfera, salvaguardando así su identidad, lo que habrá de pagar con la marginalidad social y la nulidad intelectual” (Eagleton, 1984,p.73).

Posteriormente, la crítica se desplaza al ámbito de las universidades, y es allí donde adquiere su carácter de crítica profesional y aparecen publicaciones cada vez más especializadas. Dentro de ese academicismo, el hombre de letras queda olvidado y la crítica pierde su función de mediadora, cuando vuelve a ser destinada a los más cultos (Eagleton, 1984, p.76).

Por otra parte Eagleton explica que la crítica literaria marxista tiene como objetivo inicial vincular las obras a la sociedad y cambiar la percepción de un análisis centrado en la inspiración y la biografía del autor: “To write well is more than a matter of ‘style’, it also means having at one’s disposal an ideological perspective which can penetrate to the realities of men’s experience in a certain situation” (Eagleton, 1943, p.8.) Sin embargo, la postura adquirida por la crítica especializada se distancia y prefiere estar anclada en sí misma. Según Said, la crítica pasa a tener como consigna “no apropiarse de nada que sea mundano, circunstancial, o esté socialmente contaminado”(Said,200,p.14). La filosofía de la deconstrucción se basa en la ironía que se hace sobre la crítica misma y por lo tanto se encuentra siempre en crisis. En este sentido, expresa Eagleton: “La literatura se convierte en la verdad, la esencia o

conciencia de la propia identidad de todos los demás discursos porque, precisamente al contrario que éstos, ella sabe que no sabe de qué habla” (Eagleton, 1984, p.116).

Eagleton manifiesta finalmente que se debe promulgar una crítica emparentada con lo social: “La crítica moderna nació de una lucha contra el Estado absolutista; a menos que su futuro se defina ahora como una lucha contra el Estado burgués, pudiera no tener el más mínimo futuro” (Eagleton, 1984, p.140).

Crítica periodística

Said distingue a la crítica práctica (periodismo literario, reseñas) como una de las cuatro formas fundamentales de la crítica literaria (Said, 2000, p.11). En este punto es necesario hacer una distinción entre la crítica periodística y la crítica especializada. Una característica primordial de la crítica periodística es su carácter informativo y otra de sus funciones es la pedagógica: “Se debe tener en cuenta que la crítica periodística debe orientar al lector principalmente y, accesoriamente, servirle de fuente de conocimiento erudito” (Gutiérrez, 1984,p.219). Pero esta afirmación es al mismo tiempo un cuestionamiento sobre la función social de otro tipo que pudiera tener la crítica. Para W.H. Auden éstas son las funciones de la crítica:

“Introducirnos en la obra de autores que ignorábamos; mostrarnos las relaciones entre obras de diferentes épocas y culturas a través de un análisis comparativo; arrojar luces sobre el proceso artístico de construcción de una obra; revelar las relaciones entre el arte y la vida, la política, la sociedad, la ética la religión; pero, sobre todo, sugerir, hacer que la literatura entre por los sentidos” (Auden citado en Vallejo,1993)

La crítica periodística y la reseña como uno de sus principales elementos, se encuentra dentro del periodismo de opinión ya que expresa un juicio frente a la obra. Otra de las diferencias de la crítica periodística con la especializada es el lenguaje en que está escrita, el crítico de un suplemento cultural que a pesar de tener amplio conocimiento de los temas que trata “no debe usar una fraseología técnica o demasiadas frases elevadas” (Gutiérrez, 1984, p233). Por eso “ha de ser breve, pero no ligera; rápida pero no irreflexiva; ágil, pero no inconsistente.”.(Santamaría, citada en Vallejo, 1995). La crítica puede adoptar un método clásico, reporteril, panorámico o impresionista. Uno de los aspectos claves que debe tener en cuenta el crítico periodístico es el público al que va dirigida la obra que no siempre va a ser un completo conocedor de los temas literarios, y además que es un puente entre autor y lector, ya que el crítico “posee una capacidad de impresión muy superior a la del lector corriente” (Gutiérrez, 1984).

Los modelos críticos “puros” en que se divide la crítica especializada se quedan cortos en su aplicación ya que es necesaria una mezcla de sus componentes si se quiere llegar a una explicación de la realidad y del la que se debe ocupar el periodista. Como cita Santamaría,

“Kundera ha marcado las pautas con claridad sobre los criterios que deben desarrollar los críticos en sus juicios: captar lo que es nuevo, reconocer la imitación, la repetición. Valorar la aportación estética, la aportación para el conocimiento de los seres humanos. Detectar la voluntad de cambio, de originalidad. Medir la capacidad de despertar sentimientos y emociones- que no emocionalismo sentimentaloides”-(Santamaría, 2000, p33).

Otras funciones y debates de la crítica

Edward Said expresa que los críticos además de crear valores para juzgar aportan contexto y significado a los textos cuando “encarnan en la escritura aquellos procesos y condiciones reales del presente”(2004,p.76). Siguiendo las teorías de Foucault, la función del crítico es importante en la medida en que revela lo oculto tras el texto, dominante en la medida en que impone un discurso y silencia otro; el crítico debe mostrar que un texto no es cerrado sino que se encuentra en relación con otros discursos. Es necesario “articular aquellas voces dominadas, desplazadas o silenciadas por la textualidad de los textos” (2004, p.77).

En la medida en que el Estado ejerce su discurso de dominación sobre la cultura y las disciplinas, dice Said en su capítulo “La crítica entre la cultura y el sistema” que el crítico en lugar de reafirmar el discurso debería generar la polémica (2004, p.301). Además el crítico tiene en cuenta aspectos como las circunstancias en las que nace el texto, su relación con el mundo y lo sitúa en las posibilidades históricas que permitieron su surgimiento al “hacer visibles, devolver la materialidad, a los cabos que atan el texto a la sociedad, al autor y a la cultura”. (2004, p.239). Sin embargo, en lugar de desenmascarar y oponerse a la reproducción del modelo dominante, el crítico literario especializado vive separado de las realidades políticas: “Los críticos literarios, en virtud de su calculada indiferencia hacia el mundo en el que viven y hacia los valores mediante los cuales su obra se engrana en la historia, no se consideran a sí mismos una amenaza para nada” (Said, 2004, p.237).

De esta manera, la crítica ya no es vista como material de segundo orden sino como material actuante y fundamental en la sociedad. Uno de los aspectos fundamentales es en un crítico es saber sustentar el juicio que se emite, como menciona Reich sobre el crítico alemán Gotthold Ephraim Lessing “Lo que le fascinaba no era la meta sino el camino. Por lo demás, no atribuía ningún valor a verdades constantes o definitivas” (Lessing, citado en Reich, 2006). Para Elliot, “el crítico verdadero subordinará sus prejuicios personales a la búsqueda común de un juicio verdadero” (Elliot, citado en Vernon, 1982).

Pero ante todo la crítica implica el placer de la lectura y la escritura, como manifiesta Roland Barthes.: “Leer es desear la obra, es querer ser la obra, es negarse a doblar la obra fuera de toda otra palabra que la palabra misma de la obra (...) Pasar de la lectura a la crítica es cambiar de deseo, es desear, no ya la obra, sino su propio lenguaje. Pero por ello mismo es remitir la obra al deseo de la escritura, de la cual había salido. Así da vueltas la palabra en torno al libro: leer, escribir: de un deseo a otro va toda literatura” (Barthes, citado en González).

Actualmente en medios periodísticos impresos el espacio para una verdadera crítica literaria es casi nulo. Las reseñas de libros, o bien se reducen a tres párrafos donde no es posible decir todo, o son superficiales y demuestran la ignorancia del periodista. Respecto a este ello, Feliciano expresa: “Muchos críticos se dan libertades que a la postre los autodesprestigia. De otro lado los mismos medios se han encargado de desprestigiar el género, al poner a personas que no conocen del tema a hacer la “crítica”(Feliciano, 2005). Otro problema que de la crítica, según Santamaría, es el choque de los valores que tienen algunos de sus representantes con la realidad. También “la constante oposición que se realiza en el mundo de los valores”, como cuando se trata

de leer el cine desde una concepción literaria o al revés (Santamaría, 2000, p230). Otra dificultad es anteponer viejos valores a lo que se supone, debe ser una obra determinada (Santamaría, 2000, p230).

El crítico debe desechar los viejos prejuicios de una literatura que se enseña en las academias desde los modelos occidentales: "El crítico alienta la veneración por las humanidades y por la cultura dominante servida por dichas humanidades. Esto guarda relación con el estrecho círculo de lo que es natural, apropiado y válido para "nosotros", y a partir de entonces excluye lo no literario, lo no europeo" (Said, 2006, p39).

Por otro lado, se necesita independencia, como expresa Reich acerca del crítico Lessing: "La soledad le parecía el requisito previo para la independencia del crítico; y la independencia, la condición para ejercer su oficio" (Reich,2006,p36). Un ejemplo de apertura e independencia fue Jonathan Swift, de quien Said expresa: "Su papel social era el del crítico involucrado con el poder, pero nunca en posesión del mismo" (2004, p44).

Por eso algo en lo que Said hace énfasis es en la importancia del crítico como un intelectual con una posición social clara frente a la realidad: " sus objetivos sociales son el conocimiento no coercitivo producido en interés de la libertad humana" (2004, p47).

En Colombia la crítica literaria se concentra en medios como *El Boletín Cultural y Bibliográfico*, la revista *Número*, la revista *Arcadia* y *El Malpensante* . Respecto a las revistas universitarias en la Universidad Nacional encontramos la revista especializada *Literatura: teoría, historia y crítica* que se centra en ensayos y proyectos investigativos

profundos de literatura. *Forma y función*, también de la Universidad Nacional, analiza la literatura desde campos que están entre la lingüística, la filología y la traducción.

Hojas universitarias de la Universidad Central (<http://www.ucentral.edu.co/humanidades/hojas-uni/revista-n-59.htm>) contiene ensayos de diversos tipos en los que se desentraña una obra o se habla de la vida de un autor. Los textos están bien escritos y hay variedad de opciones. En *La Herradura*, revista de Ciencias Sociales de la Universidad Javeriana profesores y estudiantes publican ensayos académicos, cuentos y entrevistas principalmente relacionados con temas filosóficos y literarios. *La palabra* de la Universidad del Valle disponible en la Web (http://lapalabra.univalle.edu.co/editorial_febrero10.htm) contiene reseñas de literatura y cine realizadas por estudiantes. *Alma Máter* de Medellín presenta traducciones y cuentos pero no crítica literaria.

En los periódicos nacionales y regionales este género es inexistente, como lo afirman los estudios de Germán Rey, que indican que en los medios de comunicación no especializados, no hay crítica ni análisis. Y se cuestiona al respecto: “La crítica es un lugar de confluencia de presiones, de intereses, en mi caso, de gobierno, de comisión de TV, de artistas, gerentes, etc. ¿Cómo sobrevivir en medio de esa avalancha?” (Rey, 2009).

INDUSTRIA EDITORIAL

Los procesos de edición y publicación de un medio impreso desde el siglo XIX se vinculan a la industria cultural que presupone unos procesos industriales y mercantiles sin los cuales “toda estrategia pública o privada está abocada al fracaso” (Bustamante,

2003, p22). De esta forma, es el capitalismo el que en la industria cultural moldea las producciones artísticas para el éxito económico, por eso, se habla de los “críticos como “banqueros simbólicos” que no solo intermedian con el público sino que contribuyen a crear las normas del gusto”. Uno de los aspectos de las industrias culturales es que estandarizan los productos a favor de una cultura global en detrimento de la local; Bustamante, 2003, p.30) además, está la articulación entre productos editoriales y medios de comunicación. (Bustamante, 2003, p.31). Así los medios impresos se vuelven entonces un conglomerado financiero de información y entretenimiento y aquellos que no cumplan ese requisito están abocados a la desaparición. En Colombia, los periódicos vivieron esta situación al pasar de la ideología política a la actividad comercial, las familias antes fusionaron sus capitales y constituyeron monopolios (Herrán, 1991, p.68). Hoy en día, según Germán Rey, las industrias culturales en Colombia aportan al PIB el 3.3 % y la industria editorial es la tercera en el contexto iberoamericano de publicaciones en español”. (2009).

De otro lado, los medios periodísticos *online* suponen un ahorro en costos, pero es difícil conformarlos como una industria por la misma naturaleza de Internet. Aunque periódicos como *Le Monde* y *The Wall Street Journal*, han logrado conseguir suscripciones a su soporte digital, otros han fracasado.

Albornoz menciona cuatro tipos de competidores que aparecen en el periodismo online diario (Albornoz, 2003, p.125):

Publicaciones de otras localidades del mundo, saltándose las limitaciones físico-geográficas, 2. Programas y medios que, tradicionalmente llegaban al público a través de distintos soportes en diferentes tiempos y lugares en el mundo online compiten desde sus respectivos sitios en igualdad de condiciones, 3.

Publicaciones de editores exclusivos del mundo online, 4. Nuevas fuentes de información.

Por eso, mientras continúan los debates sobre la desaparición de los medios impresos, también hay un auge de páginas gratuitas como los blogs, que permiten cuestionarse por la posibilidad de hacer un periodismo *online* menos dependiente del mercado: “Los esfuerzos para que la prensa online se convierta, de alguna manera, en el contrapeso de la concentración empresarial y la falta de diversidad creciente de la prensa analógica, deben ser coordinados a fin de involucrar tanto al propio sector privado, dueño de la producción, como al sector público y al tercer sector de cada sociedad” (Albornoz, 2003, p133)¹.

La industria editorial y las nuevas tecnologías

La transformación de la industria editorial del periodismo impreso es el mismo que sufren los editores de libros. El e-book o libro electrónico implica una revolución en muchos aspectos y se relaciona con la fluidez y facilidad de la información que vivimos actualmente. Uno de los cambios interesantes con esta tecnología es la impresión por demanda, ya que el autor no depende tanto de una editorial para publicar, promocionar y vender sus libros. Los efectos del ciberespacio en el que convergen varias tecnologías digitales también generan una transformación en el oficio del editor que hoy debe pensar en lo electrónico para realizar un proyecto, teniendo en cuenta las “páginas web que ofrecen el servicio de impresión por demanda (por ejemplo www.lulu.com), libros

electrónicos que no son los impresos digitalizados, sino hipermedia (libros que contienen hipertexto y multimedia), entre otros”(Camargo,2008,p.35).

Por otro lado, están las ventajas hipertextuales del libro electrónico: “Con las nuevas tecnologías el libro electrónico ha encontrado la forma de mejorar a sus antepasados: interconectar unos con otros, incorporarle elementos incapaces de estar contenidos en un libro impreso (por ejemplo audio y video), obtener rápidamente fragmentos, almacenar y trasladar gran cantidad de ellos de un lugar a otro, y permitirle a los lectores intervenir en la trama del libro (por ejemplo, los lectores a través de un foro en una página *web* pueden cambiar la historia de las obras)”(Camargo,2008,p45).

PERIODISMO *ONLINE*

Características principales del periodismo *online*

Si bien su característica principal es su soporte mediático, el Internet, Mario Morales especifica que el término de “periodismo digital” puede ser ambiguo cuando también tenemos acceso a elementos como la radio y la televisión digitales (Morales,2005, p78).

El periodismo *online* abarca un amplio espectro de cambios que hacen parte del desarrollo de la Web 2.0 porque permite que el usuario participe de forma activa en los contenidos a través del lenguaje multimedial que incluye elementos como texto, audio y video. Fenómenos como los blogs y las redes sociales atrapan cada día miles de usuarios. De hecho, el 65% de los sitios más visitados en 2009 estuvo conformado por redes sociales como Facebook. Los colombianos suman el 48 % de visitantes a esta red social como en América Latina.

Nuevas tecnologías como el hipertexto, el hipermedia y los enlaces ofrecen al receptor la posibilidad de agrupar varios lenguajes y textos. Estas nuevas herramientas hacen

parte de la cibercultura que Derrick de Kerckhove propone comprender desde la interactividad como la relación entre el usuario y el entorno digital- la hipertextualidad- o acceso interactiva a cualquier cosa desde cualquier lugar -y la conectividad como la posibilidad de lograr un espacio colaborativo (Derrick de Kerckhove citado en Rodríguez, 2004).

Además está el ciberespacio definido por Levy como “espacio de comunicación abierto por la interconexión mundial de los ordenadores y de las memorias informáticas” (Levy, citado en Camargo, 2008).“En el ciberespacio se da la convergencia de tecnologías digitales y es también donde se observan medios contenidos en otros, que en varios casos el nuevo busca mejorar el anterior.” (Camargo, 2008, p27).

El fenómeno del hipertexto es visto como una herramienta revolucionaria en tanto que rompe el carácter de los relatos tradicionales y permite la participación de los lectores. Varios autores, entre ellos Alejandro Piscitelli aclaran porque el hipertexto como nueva forma de leer el mundo, tiene este carácter transformador: “En el hipertexto las metáforas le permiten al lector construir una gran cantidad de posibilidades, aun cuando no han sido previstas por el diseñador del texto.” (Piscitelli,2002,p.131) Piscitelli opone esta herramienta al relato literario tradicional cuya historia conduce a un solo camino. Además, "El navegador de hipertextos se convierte a la vez en autor, pues ahora puede participar y hacer una tarea análoga a la que se encargó tradicionalmente un escritor: estructurar texto y crear vínculos con otros textos" (Rodríguez, 2004, p87) Por eso la participación del lector a través del hipertexto abre unas posibilidades propias de los videojuego ya que implica “una lucha no solo por la idea interpretativa, sino también por el control narrativo”(Sánchez, 2004,p121).Rodríguez menciona tres figuras literarias que permiten entender la narración hipertextual. La sinédoque por la

comparación con un fragmento que extiende una totalidad pero esa totalidad siempre será distinta con cada nuevo fragmento del recorrido; el asíndeton que se refiere a la falta de conexiones entre los hipertextos y finalmente, la metáfora en la que "cada fragmento hace un cruce de caminos que hacen uso de él y le aportan diversas facetas"(2004, p.121).

Otra de las principales transformaciones que produce el periodismo digital es que "establece una ruptura entre la linealidad y la unidireccional recurrente entre emisores y receptores, propias de los medios análogos."(205, p.90). Ello genera lo que se ha llamado "periodismo participativo" que se produce a través de varios mecanismos: grupos de discusión, contenido generado por el usuario, weblogs, publicación colaborativa y sindicación de contenidos. De esta forma, los usuarios se convierten también en formadores de sentido dentro de la maraña de información y establecen temas para el debate: "Internet es una herramienta de información inmediata. Ahora, la agenda periodística puede surgir de la globosfera y se propone seguir las pistas de una posible noticia en blogs o páginas Web personales". (Manotas y Ethel, 2008, p3) .

Otro de los cambios mencionados por Edo con la llegada del periodismo digital es la utilización de fuentes provenientes de Internet por parte del reportero que requieren ser verificadas, según Edo "unas son de enorme utilidad porque se hacen públicas con la libertad que todavía proporciona la red; otras, son de difícil o imposible comprobación y, por lo tanto dudosas y sin valor real" (2003,p.105)

Para Mario Tascón del portal Lainformación.com, uno de los cinco medios más visitados en España, el periodismo digital es el resultado de una combinación de las máquinas y los profesionales.

Debates sobre el periodismo *online*

De acuerdo a un estudio sobre el estado de los nuevos medios de comunicación, se ha incrementado considerablemente la consulta de periodismo online y cada vez más, disminuye el consumo de medios impresos: “Unduplicated Web audiences are now estimated to add 8.4% to the average newspaper’s readership, making up most, but not all, of the audience decline” (Garber, 2009)

Esto significa una crisis de los medios impresos, los cuales como afirmó Jean-François Fogel, deben transformarse si no quieren desaparecer: “van a morir quienes no sepan reinventarse”(Fogel,2009). Durante el primer cuarto de 2009 las ventas de diarios en Estados Unidos declinaron 2.6 billones de dólares(Bennet, 2009,p4), además en los últimos tres años han desaparecido más de 30.000 empleos en periodismo. (Bennet, 2009, p3).

Varios medios impresos en la *web* han optado cobrar algunos o todos los contenidos. En el último caso Bennet menciona el Financial Times y el Wall Street Journal; pero especifica que para periódicos no especializados ésta no es la mejor solución. Bennet también menciona otros medios sin ánimo de lucro en Estados Unidos que funcionan con donaciones (Bennet, 2009, p7).

Frente al periodismo *online* algunos alegan la gran cantidad de información en las páginas online que es instantánea pero sin profundidad ni contexto.Un artículo publicado en la página web de *Columbia Journalism Review* (Nordenson, 2008) menciona el problema del periodismo digital para captar públicos en tanto que los receptores se ven invadidos por tanta información que pierden el control para elegir y se

vuelven pasivos. Esto sustenta también el psicólogo Michael Posner, quien expresa que la sobreinformación característica de la vida moderna genera un fuerte déficit de atención (Posner, 2008). Por lo tanto, la gran cantidad de elecciones en lugar de llevar a la gente a buscar confrontación entre ellas, hacen que los públicos elijan sus sitios favoritos y se queden allí. Se genera entonces, un fenómeno de nichos y fragmentación de audiencia de acuerdo a los intereses de cada usuario. Por eso, según Nordenson, el periodismo digital debería concentrarse en los diferentes enfoques que se le pueden dar a una historia para que quede completa: “En otras palabras, el mejor periodismo no solo investiga y entrega información, sino que la coloca en un contexto apropiado” (Nordenson, 2008). Una historia periodística *online*, por lo tanto, debe presentar diferentes tópicos de un mismo asunto y la amplia gama de tecnologías existentes puede ser utilizada a favor. Por eso, lo ideal es que el periodista sea un guía dentro de la inmensa cantidad de contenidos que no siempre es confiable.

Otra de las funciones que expresa Gerardo Albarrán de Alba sobre el periodismo digital es la posibilidad que se presenta de publicar contenidos distintos sobre lo que generalmente se cuenta: “No es sólo una cuestión de narrativa, sino de adaptación del discurso periodístico precisamente para incorporar voces tradicionalmente ignoradas desde los medios en la construcción de nuestras historias” (Albarrán, 2008).

Dentro de las características del periodismo online, en el libro *Nosotros, el medio*, se menciona la democratización de los medios, el desafío a su hegemonía, la redefinición de la credibilidad, el ascenso de nuevos expertos y perros guardianes- los ciudadanos son menos vapuleados por los gobiernos y las empresas privadas-; la amenaza del periodismo digital a los medios tradicionales, la necesidad de desarrollar nuevas habilidades periodísticas, la urgencia por encontrar nuevas formas de atraer publicidad y

el interés de los ciudadanos en el proceso periodístico(Bowman y Willis,2003,p50-55). Sin embargo el fenómeno no es tan utópico como defienden los más entusiastas. Mario Morales menciona dos grandes obstáculos del periodismo digital: la sobreinformación y la obsolescencia”(2005, p.94); “Internet también ha dado voz a una creciente diversidad de opiniones y a una estridente militancia concerniente a eventos de actualidad, algunas de ellas enmascarándose como periodismo”(Bennet,2009,p.10).

Un dilema del periodismo digital es la desprofesionalización a través de los contenidos online que no se dirigen desde una empresa constituida, sino desde ciudadanos comunes y corrientes. Aún se mantiene el debate entre los periodistas que trabajan por remuneración económica y aquellos que publican *online* solo por un deseo de reconocimiento, pero que así como pueden ser ciudadanos con buenas intenciones, pueden ser manipuladores de intereses individuales o de simples chantajes, y cuya actuación no pasa por filtros ni controles. El periodista norteamericano Philip Bennet dice que el problema del periodismo ciudadano es que pierde características como “Profundidad, originalidad, idiosincrasia, el tomar riesgos y, tal vez, la probabilidad de publicar de vez en cuando una crónica larga y hermosa que pueda transformar la vida de algún lector” (2009, p.10).

Espada comenta acerca del caso Raval, en el que personas inocentes fueron culpadas de pederastia en Barcelona: “Un acontecimiento, en fin, se construye con la imagen repetida de un hombre entrando con la cabeza tapada en un furgón policial. Pero dar cuenta del hecho que ocultaba habría supuesto la obligación de haber ido a hablar con ese hombre o con sus familiares, en pleno verano, uf” (Espada, 1998). En el análisis de la construcción del acontecimiento, Espada introduce la participación del público y el establishment con su creencia pasiva en una historia falsa. Si en el periodismo

tradicional en que se piensa que se exige un mínimo de investigación, se llegó a la construcción de un acontecimiento como este, en la red la información se vuelve aún más propensa a la falsedad: “Más de una vez, periodistas profesionales fueron inducidos al error por reproducir información que habían encontrado en internet” (Klinenberg,2007,p.35). Así el peligro de que el periodista deje de ser lo que era, un mediador entre el público y el poder dominante, incide en la esfera de la opinión pública entendida como el conjunto de opiniones de ciudadanos que están fuera del gobierno pero que quieren que éstas influyan sobre él. Sin la presencia de un periodismo profesional que vaya más allá del acontecimiento el ciudadano queda desprotegido y su opinión será una entre miles; no tendrá ninguna incidencia sobre el poder. Hablando del cubrimiento que hizo el Washington Post sobre el escándalo de Watergate Bennet explica que hay que salvar: “El periodismo de investigación responsable que hace públicos hechos originales—a partir de documentos verificables, testimonios u observaciones- le da a los ciudadanos una base confiable para evaluar las actuaciones de aquellos en el poder”(Bennet,2009,p.12).

Ryszard Kapucinski hace énfasis en la importancia del periodista como mediador: “el mundo necesita este tipo de mediadores, de traductores, estos seres que van de un lado a otro tratando de entender lo que pasa, de interpretarlo y hacerlo comprensible a los demás.” (Kapucinski, citado en Restrepo). Y con relación a estos debates sobre la responsabilidad periodística, Ana María Miralles dice que el periodismo público “pretende aplicar la lupa a ciertos temas comunes de conversación y elevar el nivel de los contenidos informativos con una idea en la mente: proporcionar elementos a las audiencias para participar en el debate de los temas de interés público.” (2002, p.98).

Siguiendo esta idea, observamos que al periodismo *online* le falta variedad y aunque creeríamos que es compensada con la diversidad de opiniones en blogs y medios ciudadanos, todavía no es así. Los sitios más visitados siguen los que pertenecen a la prensa tradicional trasladada al medio *online*. De acuerdo con cifras citadas por Eric Klinenberg en el diario *Le Monde* “entre los veinte sitios más visitados en 2005, según el índice Nielsen/Net, diecisiete estaban ligados a grupos de información tradicionales, es decir, producían lo esencial del contenido que difundían en línea para diarios, canales de televisión o revistas” (Klinenberg, 2007,p.34). Los contenidos online de los grandes medios solo reproducen la información del impreso que a veces es copiada rápidamente desde las agencias sin detenerse en errores gramaticales, de redacción o lo que es peor, de sentido: “Lo esencial de sus contenidos se limita a la reproducción o la reescritura de cables de agencia o puntos de vista ya publicados en otras partes” (Klinenberg, 2007,p34). Por eso, según Rodríguez: “Internet agiliza la forma en que la gente se entera de las noticias, de manera que los periodistas culturales tenemos que estar preparados para analizar las noticias, contextualizarlas”(2009).

Otro de las desventajas que contribuye a desvirtuar la calidad de la información es la inmediatez de las páginas *online*. Andrew Sullivan que tiene un blog de periodismo en el que se dedica a comentar sucesos políticos (<http://andrewsullivan.theatlantic.com/>) comenta que mientras un columnista o reportero de medios impresos puede tomarse más tiempo desarrollando la información “Bloguear (...) es a la escritura lo que los deportes extremos son al atletismo: algo más libre, más propenso al accidente, menos formal, más vivo. Es, en muchos sentidos, escribir en voz alta.(Sullivan,2008).

Se han realizado muchos estudios de periodismo *online* para saber cuáles son los gustos de los consumidores; por ejemplo el estudio Eyetrack, que observa aspectos

como el lugar a donde el lector se dirige inicialmente cuando consulta una página web. Algo curioso de esto es que a pesar de lo mucho que se ha hablado sobre la era de la imagen, las personas todavía prefieren el texto. Por eso, lo ideal es aplicar al periodismo digital la misma calidad de los contenidos impresos. Respecto a ello Bennet comenta que el periodista debe ser quien cuide de la veracidad y la precisión de la información, y quien aproveche los datos para hacer énfasis en la calidad de la investigación y las historias (Bennet,2009,p.14).

Paralelamente al periodismo *online*; hay que tener en cuenta otros fenómenos como la literatura online, así y las nuevas formas de arte digital que comparten estas nuevas características. Por ejemplo, aquellos proyectos en los que el usuario interviene y subvierte los conceptos del arte forma como [The Mercury Project](http://www.mercury.csse.unimelb.edu.au/) de Ken Goldberg (<http://www.mercury.csse.unimelb.edu.au/>) que permitía a los usuarios alterar un objeto lejano a través de un robot teledirigido. Desde entonces se han venido realizando diversas expresiones que combinan los lenguajes digitales y artísticos. Rodríguez propone las tecnologías como una forma de oponerse al poder dominante involucrado en el libro y de la imprenta: “resistir a la tecnología podría (...) favorecer un status quo jerárquico y conservador, mientras que, promoverla, podría estar indicando cierta posibilidad de emancipación(Rodríguez,1999,p46)”. Sin embargo, es un reto para el periodismo aprovechar realmente estas tecnologías a favor de un cambio y no de la reproducción o el empeoramiento de los contenidos ya que no se puede olvidar la función social del periodismo: “El periodismo surgió para aumentar el conocimiento que los hombres tenían sobre sí mismos y como un imprescindible poder compensatorio del resto de poderes sociales. La dejación de sus funciones no es un asunto menor y es comparable en lo político a la hipótesis de un Ejecutivo gobernando sin control parlamentario o de un poder judicial sometido a la presión política” (Espada, 1998)

EL PERIODISMO CULTURAL *ONLINE*

Debates principales

Según Tyler Green, editor de Modern Arts Note (artsjournal.com/man) uno de los sectores del periodismo más afectados por la llegada de las nuevas tecnologías en las empreswasha sido el sector cultural (2009, p2). Y respecto a las audiencias, Green manifiesta que cada vez más los lectores prefieren buscar información cultural en la *web* (2009, p4).

Otro de los problemas según Green es que el periodismo cultural impreso se acerca cada vez más al negocio y se olvida de su función. Esta crisis tiene profundo impacto que no solo en los lectores y escritores, sino también en los artistas e instituciones artísticas. Por ello Green recomienda crear medios de periodismo cultural sin ánimo de lucro que se financie a partir de diversas fundaciones y aproveche las nuevas tecnologías(2009,p14) ya que un proyecto de este tipo permitiría la independencia. Además propone también distribuir o syndicar contenidos a través de otros websites, permitir a periodistas y críticos jóvenes expresarse acerca de proyectos artísticos al mismo tiempo que permitirles ganar un salario profesional y estar abierto a la posibilidad de expandirse otro tipo de disciplinas artísticas(2009,p15).

A partir de un foro sobre periodismo cultural online realizado en el Instituto Goethe de Toronto con varios editores como participantes, Tanja Matuszis, periodista y editora, comenta algunas de las reflexiones sobre el periodismo cultural online a partir del portal Signandsight, que presenta traducción artículos culturales al inglés.Un aspecto que destaca Matuszis en el periodismo cultural online es la formación de nichos de acuerdo

al deseo del lector (2007). Además, la continua demanda de contenidos es otra de las características que destaca Jowi Taylor, autor de *CBC Radio 2 Music*, y a veces algo que no se puede satisfacer (Matuszis, 2007). Los participantes además destacan el periodismo cultural online no como un intento por reemplazar el impreso sino como un medio independiente que lo complementa.

La crítica periodística online

En un simposio realizado en Nueva York, titulado *Film Criticism in the age of Internet: A critical symposium*, se analizó la crítica de cine en Internet, sus aciertos y desventajas frente a la que se plasma en medios impresos. Aunque el simposio no trata precisamente la crítica literaria que es lo que nos atañe, los temas tratados allí se pueden aplicar a lo que pasa con la crítica periodística online. Quienes participaron en el simposio, trabajan en publicaciones culturales de cine impresas u online.

Los editores del texto realizaron una serie de preguntas a los asistentes, quienes coincidían en que el cine había conseguido más adeptos a través de la Web, ya que hay una mayor difusión de toda clase de cine, más allá de lo que llega al país de origen. Otros manifiestan que a pesar de la “basura” vista en algunas páginas y blogs, existen tanto aficionados como críticos profesionales que saben hacer bien su trabajo. Zach Campbell, dueño del blog *Elusivelucity* en Blogspot, apoya esta postura. Él dice que considera su blog como una libreta de notas donde la gente puede ayudarlo a mejorar sus ideas. Menciona como un punto interesante del Internet que las figuras en algún momento incuestionables pueden ser interpeladas a través de la interacción con los lectores (2008).

Esto según Andrew Grant (Blogger de www.filmbfain.com) era algo difícil para un crítico de antaño quien se constituía en una autoridad de hecho (2008). Por otra parte, el editor Robert Cashill-dueño del blog www.robertcashill.blogspot.com- señala como problemas principales de la crítica en un periódico impreso, la limitación en el espacio y los aspectos formales; en cambio, la crítica de cine en Internet puede ser tan extensa como el desarrollo del tema lo requiera (2008).

Mike D'Angelo, quien tiene una columna mensual en Esquire y escribe para los sitios web Nerve.com y The Las Vegas Weekly, además de tener un blog (www.panix.com/~dangelo/) dice que cuando hay muchas personas compitiendo en la web, la voz individual se desvaloriza más (2008). En cambio, para Adrian Martin, el periodismo online es precisamente la mejor herramienta donde los críticos de cine pueden expresar la voz individual: “Ellos literalmente persiguen día a día, la formación de su voz personal, y la evolución de un discurso general sobre la cultura y el mundo”(2008).

Pero Stewe Erickson, cuyo sitio web es “Chronicle of a Passion” opina que la dificultad para la crítica de cine en la web es que los lectores valoran principalmente el conflicto y el argumento, dejando otros factores de lado(2008). Aunque hubo muchas más opiniones la mayoría coinciden con las mencionadas y, a mi parecer, son extrapolables a la reseña y crítica online de literatura.

Ventajas del periodismo cultural *online*

A la par de otras publicaciones periodísticas, las revistas y medios impresos de cultura han puesto sus contenidos en Internet. Muchas, sin embargo, se caracterizan por mostrar solo parte de su información para que el lector se anime a comprar la edición en papel; y otras son solo una reproducción fiel de lo que ha sido publicado en el impreso. En

Colombia, las revistas Número, El Malpensante y Arcadia, siguen casi fielmente uno de estas dos alternativas. Según un estudio de la fundación Alternativas de España. “Existen claras oportunidades para las revistas culturales en relación con las nuevas tecnologías digitales. Internet, más concretamente, permite potenciar sus ventajas como medio” (2007,p.23). Las posibilidades se dan “profundizando su segmentación de audiencias; mejorando sus posibilidades estéticas y creativas; asegurando su continuidad; explotando una nueva vía promocional y publicitaria; profundizando la fidelidad del lector con un vínculo más interactivo (Internet como lugar de encuentro e intercambio de información; creación de comunidades de interés a través de herramientas como *blogs*, foros, *chat*, listas de correos).

De la misma manera, permite superar ciertas desventajas cuando “flexibiliza la rigidez en la modificación de los contenidos; mejora las posibilidades de distribución y comercialización; relativiza sus costes (nulos en el caso de la impresión y distribución) (2007, p.23).

DEBATES SOBRE DERECHOS DE AUTOR Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

El concepto de *copyright*, involucrado con la apropiación y dominación del conocimiento y tradicionalmente dividido en derechos morales y patrimoniales frente al público, cambia con la aparición de las nuevas tecnologías. Las normas que regían el Convenio de Berna sobre derechos de autor se adecuaron mediante tratados de la Organización Mundial de la propiedad intelectual OMPI y fueron conocidos como Tratados de la Internet. Posteriormente, el 20 de diciembre de 1996, nació el tratado de la OMPI sobre derechos de autor para la utilización de recursos jurídicos contra la elusión de medidas tecnológicas(WCT) y el tratado sobre interpretación o fonograma dirigido a los artistas e intérpretes. En Colombia la Ley 1032 de 2006 se relaciona con esas mismas medidas (Ríos, 2006, p23-33).

Hoy por hoy, cuando las personas tienen mayor acceso a documentos de todo tipo, hay una lucha entre la propiedad intelectual y el acceso libre al conocimiento (Sohn, 2005, p244). En el caso de los derechos morales quien infrinja la ley, según el artículo 70 de la legislación colombiana, incurrirá en prisión de 2 a 5 años y multa de 20 a 200 salarios mínimos mensuales vigentes. Los Derechos Patrimoniales son también un calco de los tradicionales adaptados a la Red (Ríos,2006, p31). oTdas estas medidas parecieran seguir con la lógica del libro impreso en lugar de adaptarse realmente a las nuevas tecnologías. Además con Internet se encuentra una mayor dificultad en la penalización de estas faltas, pero hay otro motivo y es que la *web* es un medio de acceso al conocimiento público.

Frente a esta situación, un ejemplo interesante es el proyecto de *Creative Commons* que se concibió tomando como base el proyecto de *Licencia Pública General (GPL)* del *Software Libre*. La idea es promover la creación pero además hacer que esas licencias que antes eran del dominio de unos pocos, sean de uso sencillo para el público. Promueve así el intercambio colectivo de las obras y su circulación y brinda la posibilidad de acceder a productos digitales (Fotos, video) siempre y cuando se respete su autoría.

De acuerdo a la página web (<http://creativecommons.org/>) Creative Commons es una organización que nació en el 2001 con el apoyo del Centro para el Dominio Público y en diciembre de 2002 comenzó a publicar licencias para el público. Los autores eligen en qué categoría se ubican y si quieren reservarse todos, algunos o ningún derecho. Existen cuatro clases de licencia: 1) Atribución: Mediante la cual se permite al usuario copiar, distribuir, exhibir y ejecutar la obra, siempre y cuando el usuario otorgue el

correspondiente crédito a su autor; 2) No comercial: Permite al usuario distribuir, exhibir y ejecutar la obra con la condición de que está no sea usada con fines comerciales, excepto bajo el permiso de su autor; 3) Sin trabajos derivados: Permite al usuario distribuir, exhibir y ejecutar copias inalteradas de la obra y no trabajos basados en ésta. 4) Compartir bajo idénticas condiciones: Permite distribuir trabajos derivados solo bajo una licencia idéntica a la que posee la obra original.

Después de elegir una licencia CC provee al usuario con un código digital que permita usar un metadata útil “para la distribución y búsqueda de contenidos”(Vercelli,2004,p153). Pero al no existir penalización el autor pareciera quedar desprotegido en caso de que su obra sea modificada y distribuida sin debida autorización. Lo que defiende Jane Camargo, estudiante de la Universidad Javeriana que realizó una tesis sobre el libro digital es que generalmente los libros son copiados a una calidad distinta y la copia en Internet ayudaría a hacerle publicidad a la obra para que las personas estuvieran más interesadas en adquirir la original.

CAPÍTULO II

DESARROLLO Y CONFIGURACIÓN DE LA REVISTA *ONLINE* GRAN GARABAÑA

En los debates y las páginas analizadas de periodismo cultural *online* (Ver Anexo No.2) se puede percibir una evolución en el manejo y la incorporación de nuevas secciones y temas. Además, los medios *online* están abiertos a nuevas posibilidades como la interacción en la red, los mecanismos de participación de los lectores, herramientas hipertextuales de lectura, mayor facilidad para la publicación de contenidos de calidad y una gran capacidad para transformarse y mejorar su forma de presentarse al público.

Tras estudiar estos conceptos y las características de conformación de nichos que presenta el público asiduo de Internet, comencé a desarrollar la propuesta de una revista *online* en la que pudiera aprovechar las nuevas herramientas de la web y aquello que aprendí sobre periodismo cultural, para así dar a conocer la literatura oriental a la que soy aficionada. Esto, teniendo en cuenta que entre las responsabilidades del crítico, está la de dar a conocer aquellas culturas que se han invisibilizado, debido al predominio de otras. En este caso, la culturas y las literaturas dominantes han sido las occidentales, mientras que poco conocemos la literatura de otros continentes como Asia y Africa.

Un primer paso para realizar esta revista fue encontrar un diseño adecuado, y que además permitiera ahorrar costos. Miré diversas opciones de publicaciones impresas y digitales (algunas revistas online siguen conservando el mismo diseño para pasar páginas que tienen las impresas) y decidí utilizar los recursos que dan las nuevas páginas web (hipervínculos, hipertextualidad), en un diseño donde primara el texto

sobre la imagen; dado que la idea era darle importancia a la crítica periodística y a la traducción.

A partir de las publicaciones digitales que revisé, me di cuenta de que la propuesta de diseño de un blog no era suficiente para la forma en que se concebía la revista, ya que la idea fue brindar variedad de contenidos que complementarían el deseo de información del lector, a modo de un reportaje o de un mapa de guía que lo fuera conduciendo a través de los temas principales.

Encontré la solución con *Joomla*, un organizador que permite manejar los contenidos de forma sencilla (casi como un blog, si se aprenden las herramientas con los tutoriales) y busqué una plantilla para *joomla* que fuera acorde con aquello que se ajustara a un diseño limpio y funcional. El diseño (en el que me colaboró un ingeniero electrónico) fue un proceso de experimentación constante, tanto con la ubicación de los menús, como con el tamaño y tipo de letra. A partir de la experiencia que adquirí en algunas materias del énfasis editorial y de periodismo, tomé las decisiones que se ajustaban más a lo que un lector podría esperar. Decidí dejar un fondo blanco, dándole predominancia a los contenidos, con una letra serifada que cansa menos en la lectura y poca cantidad de menús en movimiento, porque vi que causaban cierta distracción. También traté de que todo fuera armónico con el nombre de la página y lo que evoca; por lo cual el logo se construyó en unas letras semi-cursivas.

Existen muchos textos interesantes y atractivos de literatura japonesa que todavía no han sido traducidos al español, mientras que en los países de habla inglesa, existen más traducciones de esta literatura. Por esta razón, escogí la literatura japonesa como tema central de la primera edición.

Elegí las secciones de la revista, intentando que ésta fueran lo más completas y creativas posibles, y que cumplieran con el papel informativo y pedagógico del periodismo y la crítica cultural. Las secciones y categorías quedaron divididas en un menú superior para aquello que tenía que ver con la administración de la página (Contáctenos, blog, enlaces, cómo publicar, quiénes somos), y un menú inferior para lo que tenía que ver directamente con los contenidos (Inicio, Novedades, Libros, Personajes, Traducciones, Contextos, Guía Literaria, Cine). Las secciones quedaron divididas en las siguientes categorías:

Novedades: Editorial, Recomendados y Notas Breves

Libros: Ensayo y Reseña

Personajes: Entrevista y Perfil

Traducciones: Novela y Poesía

Con-textos: Transcripción de un fragmento de texto que aclare y amplie el tema del especial.

Guía Literaria: Por países, en este caso Japón y China.

Con estas secciones definidas, busqué algunos colaboradores compuestos en su mayoría por estudiantes y profesores de lenguas o de literatura. Recogí algunos contenidos y realicé una labor editorial, primero asesorando a los autores y luego corregí los textos de tal forma que cumplieran con la idea editorial de la revista. Adicionalmente, escribí varios con seudónimo para llenar aquellas categorías en las que faltaba material.

Algunas de las secciones como **Con-textos** y la **Guía Literaria** o glosario, están diseñados especialmente para cumplir con la función periodística de brindar una información lo más completa posible sobre los temas que se tratan en los contenidos. Por ejemplo, la **Guía Literaria** presenta diversos conceptos y autores de la literatura japonesa, y se encuentra complementada con referencias a videos en youtube, páginas web y diversos recursos que puedan brindar mayor conocimiento al lector.

Con esta misma intención, se planearon los hipervínculos y los módulos de **Contenidos Relacionados**, hechos también con el propósito de ofrecer una información más completa del tema a través de las herramientas de interactividad e hipertextualidad, con referencias otros artículos de la página, y sitios web que aclaren los artículos.

A través del proceso editorial busqué la variedad en los contenidos, tanto en las secciones como en los temas; por ejemplo en la reseña se agruparon los géneros de novela, cuento y poesía, de esta forma el público podrá leer información de diversos tipos. Con respecto a la edición de los textos se buscó la claridad, la agilidad y cohesión y coherencia en la presentación de la información. Aunque algunos autores presentaron inicialmente textos largos, luego de eliminar ideas repetidas y errores, estos quedaron un poco más cortos de lo que se esperaba.

Pensando unas reglas claras con respecto al tamaño de los contenidos, las fuentes usadas, la titulación y demás aspectos formales, planteé unas condiciones de publicación y unas recomendaciones para los autores, para así configurar una revista que se viera unificada y agradable al público. Los artículos llevan *leads* o cortas

introducciones que presentan el contenido de forma atractiva y brindan datos importantes sobre que el lector encontrará más adelante.

Con respecto a las traducciones, busqué la fluidez en la lectura de los textos y que hubiera a un acercamiento al género de los fragmentos traducidos, basándome en mis conocimientos de literatura y periodismo. Por ejemplo, en la sección de traducción de poesía, en la que se seleccionaron unos fragmentos de dos poetisas japonesas, elegí entre los diversos significados que implican los caracteres en japonés y busqué que estos contenidos se pudieran leer como poemas, sin pretensiones de intentar una rima que pudiera sonar más bien rimbombante.

Este fue el proceso que seguí en la realización del primer número de la revista Gran Garabaña. Como mencioné antes, consistió, sobre todo, en experimentar e ir aprendiendo sobre la marcha, tanto con respecto al diseño, como a la manera de presentar los contenidos.

CONCLUSIONES

1. El producto Revista *online* de literatura oriental Gran Garabaña marca un precedente en los medios *online* de periodismo cultural en idioma español, y específicamente, en aquellos que presentan culturas y literaturas marginadas de los medios de comunicación tradicionales. Convirtiéndose así en un medio de convergencia de los públicos de nicho, amantes de la cultura y de la crítica periodística; y en puente de divulgación entre las culturas orientales y los países de habla hispana.

2. La investigación que en este proyecto agrupa las relaciones entre tecnologías, cultura y derechos de autor, sintetiza las tendencias actuales de los medios, cada vez más digitales e hipertextuales. Y abre un camino para seguir ampliando la indagación sobre temas actuales como el periodismo cultural *online*, que en Colombia ha empezado a surgir con nuevos medios independientes y de calidad editorial, pero cuyo nacimiento y existencia son todavía muy tempranos para anticipar un diagnóstico concluyente sobre su estado.

3. El periodismo *online* se presenta como una herramienta apropiada para dar a conocer culturas diferentes a las dominantes; siendo que estos nuevos medios agrupan diversos lenguajes y llegan a un público de nicho con interés en la lectura y en descubrir textos poco reseñados por los medios de comunicación. De esta forma, hace un contrapeso a las culturas dominantes y crea la posibilidad de hacer de la globalización un verdadero intercambio de culturas diversas.

3. La revista Gran Garabaña permite articular temas como la literatura, el periodismo y las nuevas tecnologías en unos contenidos que pretenden dirigirse al gusto del lector

más que a su erudición; al presentar, en su función periodística, guías detalladas de hipertextos, enlaces y datos que conectan los contenidos, a la manera de un reportaje o de las notas de pie de página de un libro, y dejando caminos abiertos para que el público pueda continuar su exploración. Y en su función pedagógica, traza rutas al lector apasionado por el descubrimiento de nuevos libros y escritores, cumpliendo con la función del periodismo cultural de traer a la luz estas literaturas, más allá del gusto por la novedad y el best seller.

4. El diseño de la revista cumple con los requisitos de funcionalidad y sencillez que exige un medio periodístico *online*; sin embargo, se puede trabajar en aumentar su simplicidad y facilidad de lectura para las siguientes ediciones, y así poder acercarla al diseño planteado en páginas *web* más modernas.

5. La revista Gran Garabaña se planteó como un producto para continuar con nuevas ediciones. Sin embargo, se hace necesario convertirla en algo más allá de una revista; creando relaciones y vínculos entre autores y lectores; y desarrollando estrategias como clubes de lectura y conferencias destinadas a formar y/o captar nuevos escritores de contenidos variados, periodísticamente interesantes y que permitan actualizaciones más frecuentes de la página *web*, ya que una característica de los públicos online es la demanda de nuevos artículos.

BIBLIOGRAFÍA

1. Albarran, G. “Los desafíos del periodismo en la era digital”, en Mariomorales.info {En línea}: <http://www.mariomorales.info/?q=node/2027>, recuperado: abril 27 de 2009.
2. Augusto, J.(2006. Marzo-abril) “El frenesí de la chiva”, en Elmalpensante, edición no 69 pp. 21-23.
3. Bennet, P. (2009, 16 de abril) “El futuro del periodismo”, Bogotá.
4. Bowman, Shayne. (2003)Willis, Chris. *Nosotros el medio*, California, The Media Center.
5. Briggs, Mark. (2007) *Periodismo 2.0*, Austin, Centro Knight para periodismo en las Ámericas.
6. Bustamante, E. (2003) *Hacia un nuevo sistema de comunicación*, Barcelona, Gedisa.
7. Camargo, J. (2008) *El libro electrónico* “La industria cultural en la era de la revolución digital”, “Trabajo de grado”, (CD-ROM) Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Comunicación Social.
8. Down, D. (2009, marzo) “Notes from underground” en Columbia Journalism Review [En línea], disponible en: http://www.cjr.org/behind_the_news/notes_from_underground.php, recuperado: 15 de marzo de 2009.
9. Eagleton, T. (1999) *La función de la crítica*, Barcelona, Paidós.
10. Edo, Concha. (2003) *Periodismo informativo e interpretativo*, Sevilla, Comunicación social Ediciones y publicaciones.
11. Elliot, T. (1949) *Notas para la definición de la cultura*, Buenos Aires, Emecé.
12. Espada, A.. (1998, septiembre) “La construcción del acontecimiento, la destrucción del hecho” en Revista de Occidente no.208.

13. “Film Criticism in the age of Internet: A critical symposium” en Columbia Journalism Review [En línea], disponible en <http://proquest.umi.com/pqdweb?index=9&did=1560015481&SrchMode=1&sid=3&Fmt=3&VInst=PROD&VType=PQD&RQT=309&VName=PQD&TS=1244153419&clientId=23922>, recuperado: abril 4 de 2009.
14. Fogel, Jean. “Encuentro de Madrid: periodismo y democracia en America Latina” [En línea] disponible en: <http://encuentrodemadrid.blogspot.com/2008/05/van-morir-quienes-no-sepan-reinventarse.html> , recuperado: 23 de marzo de 2009.
15. Franco, G. (2007) *Como escribir para la web*, Austin, Centro Knight para periodismo en las Américas.
16. Garber, M. State of the news media: The quiz en Columbia Journalism Review [En línea] , disponible en: http://www.cjr.org/behind_the_news/state_of_the_news_media_the_qu.php, recuperado: 27 de mayo de 2009.
17. GARCÍA, M. “Las revistas culturales y su futuro digital”, [En línea] disponible en: <http://www.falternativas.org/laboratorio/documentos/documentos-de-trabajo/las-revistas-culturales-y-su-futuro-digital>, recuperado: 29 de mayo de 2009.
18. González, Sanz, A. (2007) *Las páginas amarillas de la crítica literaria en Colombia* “Trabajo de grado”, (CD-ROM) Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Comunicación Social.
19. Green, T. “Re-thinking cultural journalism” [En línea], disponible en: <http://www.artsjournal.com/man/Summer2009forMAN.pdf>, recuperado: 2 de abril de 2010.
20. Gutiérrez, J (1984) *Periodismo de opinión*, “Redacción periodística”. Madrid, Paraninfo.

21. Herrán, M. (1991) *La industria de los medios masivos de comunicación en Colombia*, Santafe de Bogotá, DC, FESCOL.
22. Klinenberg, E, 2007, febrero “Bemoles del milagro internet”, En *Le Monde Diplomatique* no 91.
23. Manotas y Ethel. “Periodismo digital: tendencias y apuestas desde América y Europa: Relatoría del evento tribuna latinoamericana. [en línea]disponible en: www.fnpi.org/recursos/relatorias/p-digital-tendencias-y-apuestas/ , recuperado: 10 de mayo de 2010.
24. Matuszis, Tanja. “Cultural Journalism Online” en *Journalism in Germany* [En línea],disponible en <http://www.goethe.de/wis/med/dos/jou/jiw/kult/en2577723.htm>, recuperado:19 de enero de 2010.
25. Mc. Chesney, Robert. (2005) *The future of media: “Resistance and reform in the 21st century”*, Canadá, Seven stories press
26. Miralles, A. (2002) *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*, Bogotá, Norma.
27. Morales, L. “Taller de reportaje de investigación sobre artes y cultura: relatoría” [en línea]disponible en: http://www.fnpi.org/fileadmin/documentos/relatorias/artesyultura_Hector_Feliciano.pdf , recuperado, 19 de mayo de 2009.
28. Morales, M. 2005, julio-diciembre “Debates y tendencias actuales en el periodismo digital”, en *Signo y pensamiento* vol XXIV núm 047 pp. 78-104.
29. Morales, N. (2009, noviembre-diciembre), “Editar cultura”, en *Arcadia*, núm.50,p38.
30. Nordenson, B. “Journalism’s battle for relevance in an age of too much information” en *Columbia Journalism Review* [En línea] , disponible en:

- http://www.cjr.org/feature/overload_1.php?page=all, recuperado: 5 de mayo de 2009.
31. Patiño Medina, J.E. (2002) *El periodismo cultural: algo más que un espectáculo*. “Trabajo de grado”,(CD-ROM) Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Comunicación Social.
 32. Piscitelli, A. *Ciberculturas*. “En la era de las máquinas inteligentes”.Buenos Aires, Paidós
 33. Posner, M. How Attention Networks Work: Transcript” [En línea] , disponible en: http://www.cjr.org/overload/michael_posner_on_attention.php, recuperado: 5 de mayo de 2009.
 34. Reich, M. (2006) *Los abogados de la literatura*, Barcelona, Galaxia Gutemberg: Círculo de lectores.
 35. Ríos; W. “Propiedad Intelectual en el entorno digital” en Bibliotecas y tecnologías de la información, Vol 4 No (Ene-mar 2007)
 36. Restrepo, J. (1997) “Responsabilidad social del periodista”, en Revista, Universidad de Medellín, no. 54, p45-63.
 37. Rey, G. (2009, 27 de abril) “Seminario de periodismo cultural”, Bogotá.
 38. Rivera, J. (1995), *“El periodismo cultural”* Paidós, estudios de comunicación.
 39. Rodríguez, G. (2009, 27 de abril) “Seminario de periodismo cultural”, Bogotá.
 40. Rodríguez, J. “Cibercultura: el hipermedia narrativo: una nueva forma de interactividad digital” [En línea] , disponible en: [http://es.wikibooks.org/wiki/Cibercultura:el hipermedia narrativo: una nueva forma de interactividad digital](http://es.wikibooks.org/wiki/Cibercultura:el_hipermedia_narrativo:_una_nueva_forma_de_interactividad_digital)
 41. Rodríguez, J. (1999) *Hipertexto y literatura*: “una batalla por el signo en tiempos postmodernos”, Santafé de Bogotá, CEJA.

42. Rodríguez, J. 2009, enero-junio, “Sueños digitales de un escritor”, En Signo y Pensamiento, Volumen XXVI, num 54 pp. 131-143.
43. Rodríguez, J. (2004) *Trece motivos para hablar de cibercultura*, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana.
44. Said, E. (2004) *El mundo, el texto y el crítico*, Barcelona, Random House Mondadori S.A.
45. Sánchez, D. (2004) *Literatura y cibercultura*, Madrid,. Arco/Libros.
46. Santamaría, L. (2000) *La opinión periodística*, Madrid, editorial Fragua.
47. Segundo seminario de edición profesional para revistas y publicaciones seriadas (2008) Corporación Babilonia.
48. Sharp, R. Entrevista a George Steiner, “Los libros no tienen prisa”, En revista Letra.
49. Sullivan, A. “¿Por qué blogueo?” [En línea] , disponible en: <http://www.penultimosdias.com/2008/10/21/%C2%BFpor-que-blogueo-de-andrew-sullivan/>, recuperado: 11 de enero de 2009.
50. Szánto A. “With newspapers in terminal decline, what future for arts journalism, [En línea] , disponible en: <http://www.theartnewspaper.com/article.asp?id=17214>, recuperado: 6 de marzo de 2010.
51. Tascón, M. (2010, 10 de marzo), “Emprendedores en la red: los retos de crear espacios periodísticos online” [Videoconferencia], en <http://www.fnpi.org/actividades/2010/webinar-emprendimientos-en-la-red-con-mario-tascon/> , recuperado: 10 de mayo de 2010.
52. Tubau, I. (1982) *Teoría y práctica del periodismo cultural*, Barcelona, A.T.E.
53. Vallejo, M. (1993) *La crítica literaria como género periodístico*, “Función de la crítica en el periodismo especializado”. Pamplona, EUNSA Ediciones Universidad de Navarra. SA.

54. Vernon, H. (1982) *Breve historia de la crítica literaria*. México, Fondo de Cultura Económica.

55. Vercelli, A. “La conquista silenciosa del ciberespacio”, [En línea] disponible en <http://www.arielvercelli.org/lcsdc.pdf>, recuperado:10 de enero de 2010.

“Film Criticism in the age of Internet: A critical symposium” en *Columbia Journalism Review* [En línea], disponible en <http://proquest.umi.com/pqdweb?index=9&did=1560015481&SrchMode=1&sid=3&Fmt=3&VInst=PROD&VType=PQD&RQT=309&VName=PQD&TS=1244153419&clientId=23922>, recuperado: 4 de abril de 2009.

ANEXO NO 1

PERIODISMO CULTURAL Y CRÍTICA PERIODÍSTICA ONLINE EN

COLOMBIA

A continuación presento algunas páginas de periodismo online en Colombia (Blogs, revistas, portales). Finalmente hablaré de Letralia, con respecto a la calidad de sus contenidos, se ha vuelto un modelo a seguir en Latinoamérica.

El Ojo en la Paja, crítica sin tapujos.

www.eljoenlapaja.blogspot.com

Un blog que puede ser tomado como modelo de crítica literaria en Colombia es *El Ojo en la Paja*, perteneciente a Juan Camilo Jiménez, editor de la revista cultural *El Malpensante*. Los textos en este blog abarcan un amplio espectro de géneros reseñados o citados. Desde colecciones de cuentos o de crónicas hasta novelas, ensayos o frases de autores. Sus post se pueden dividir en dos categorías principales: Por un lado, se encuentran “Los fusilados”, escritos curiosos rescatados por Jiménez que no son tan conocidos dentro del gran mercado editorial, o en otros casos, textos antiguos y olvidados.

Jiménez no solo se limita a las novedades ni tampoco a la literatura latinoamericana. Puede fusilar desde obras del japonés Yasunari Kawabata, hasta al húngaro Stephen Vizinczey. Aunque generalmente cita fragmentos de textos, hay excepciones. Por ejemplo, hay en un post sobre el programa Días de cine en que el autor pone frases ingeniosas que coleccionó de su director y presentador Antonio Gasset Dubois, mientras

veía el programa en televisión. En un post de marzo del 2009, publica algunas frases traducidas de la comedia estadounidense titulada “Curb your enthusiasm”. Otros post interesantes son aquellos fusilados de autores que han reflexionado acerca del oficio de la escritura.

En la crítica de libros, Jiménez mezcla la ironía y frases rítmicas, no cortas, pero con la extensión que requiere el estilo en que se escribe el texto. En las reseñas, se nota además, un amplio conocimiento de la literatura y un análisis sintetizado de forma y contenido; haciendo énfasis en la forma. Muchas veces, el autor es impredecible: Comienza con un pequeño elogio para terminar con una gran crítica, o al revés. Cuando definitivamente no le gusta un texto, lo destroza sin piedad, y para ello, apela al recurso de la ironía y del cuestionamiento frente al éxito que haya ganado en el mercado. Por eso, a veces se gana enemigos en el medio. En el blog se abren fuertes discusiones – muchas veces generadas a partir de la crítica de libros colombianos- donde se nota la presencia del autor para regularlas.

En un post del 23 de octubre de 2008, Jiménez no solo crítica al autor de la obra “Justos por pecadores” sino también a sus jurados:

“Fernando Quiroz puede ser un narrador efectivo y hasta divertido para asuntos amorosos contemporáneos (*En esas andaba cuando la vi, Esto huele mal*), pero este tema lo ha rebasado y ha dejado en ridículo esta novela, y en el camino deja también muy mal parados a los jurados del premio Planeta Casamérica, que la eligieron como una de las finalistas”.

Jiménez no deja de sustentar sus críticas más ácidas con citas de la misma obra como en este post de marzo del 2008 donde comenta “Salta Cachorro de Fernando Gómez. Allí, tras comentar favorablemente las primeras páginas, manifiesta como esta novela fue, poco a poco, empeorando cada vez más:

“La permanente gana de escandalizar con episodios procaces empieza a cargar, tanto por la estridencia explícita de esos episodios como por lo francamente mal escritos:

“La bruja se quitó las bragas y las lanzó contra la palanca de cambios. Estaban manchadas de sangre y restos de caca, ‘Supongo que con esto pago la carrera’.

Y a continuación el autor remata con su juicio: “Creo que gana más siempre un narrador con la sutileza que con los gritos, y esta novela no se calla”.

Otro post muy polémico fue el titulado “Dan ganas de balearse en un rincón” que surgió a partir de unos manuscritos que había evaluado en varios concursos recientes publicado y luego eliminado por Jiménez ante la petición del organizador de uno de aquellos concursos. Esto generó insultos y defensas por parte de sus lectores, como la siguiente: “ Es que usted es un hijueputa. Y se lo digo así, sin eufemismos ni más literatura. Salir a ventilar lo que la gente envió de buena fe -incluso, en algunos casos, con ilusión- es un acto de perversidad, una bajeza”.

Algo que también permite vuelve creíble a Jiménez como crítico es su sinceridad, incluso para reconocer afectos personales, como cuando reseña el libro de crónica y comienza comentando que le pertenece a una amiga suya. El blog de Jiménez es muestra a seguir de una crítica sin prejuicios.

Rabo de ají, variedad en la información.

(www.rabodeaji.com)

La revista *Rabo de ají* tiene un diseño sencillo con artículos repartidos a lo largo de la página; con el tiempo ha logrado una unificación en el tono de los contenidos y una estructura y tratamiento de los textos atractivos para el público. *Rabo de ají* lleva seis números en los que se nota el proceso de experimentación con el diseño y la transformación de las secciones. Géneros como la entrevista han desaparecido para dar paso a otros como la crónica. También se nota un mejoramiento en la calidad de los textos y una unificación en el estilo, aunque cabe observar que muchos artículos son realizados por su director Pascual Gaviria quien ha implementado además la interacción con los lectores con la posibilidad de comentar al final de cada artículo. La presencia de varias imágenes es importante para atenuar la pesadez en la lectura de los textos. Estas son algunas de sus secciones:

Crónica

Esta es una de las secciones llamativas de la página que publica textos colombianos actuales. El tono que está entre lo íntimo y lo cotidiano acompañado por varias fotos es buen gancho para el lector. A pesar de la escritura sin adornos, las descripciones detienen el tiempo y van un poco más allá de la crónica ágil publicada en un periódico.

(<http://www.rabodeaji.com/cr%C3%B3nica/DiariodeManrique/tabid/91/Default.aspx>)

Carta robada

Esta es descrita como recopiladora de “Cartas de escritores célebres, haciendo énfasis en los asuntos amorosos, asuntos turbios y peleas interesantes”. Por ejemplo, la transcripción de algunas “Cartas sucias” de James Joyce o las que escribía Tomás

Carrasquilla con descripciones de sus viajes. Postales también es una exploración de los viajes y recorridos de escritores.

Reseña y ensayo

La sección de la reseña se acerca a la crónica en la forma de contarse mientras que la de ensayo juega con los hipervínculos y está acompañado por imágenes en medio de los textos que facilitan la lectura. La página contiene también otras secciones como “Artes”, “Disco rayado” y “Deportes”. Estas otras secciones, por ser distintas, enriquecen la página de otros modos y alimentan el resto de los contenidos. Como he dicho anteriormente los artículos se caracterizan por una escritura fluida, sobre todo en el primer párrafo que se vuelve llamativo para el público.

Revista Cronopio

www.revistacronopio.com

Se define como un “medio que combina las mejores virtudes del periodismo con escritos culturales. Es una revista versátil, plural, con gran diseño y un ojo avizor para la actualidad. Divertida, fresca, joven, cosmopolita y en pos de la calidad literaria y estética”. Utiliza un diseño en *wordpress* que permite claridad y organización en los contenidos; también tiene como puntos fuertes la claridad de los artículos que se combinan con buenas ilustraciones. El grupo lo conforman 6 personas, incluyendo al diseñador. El menú de las secciones de la revista aparece solo junto a los artículos. Maneja en los contenidos un especial y otras categorías como libros, economía, política, entrevista, cuento, periodismo y arte. Además tiene invitados del mes. Por esta amplitud

en sus temas y géneros podríamos decir que maneja un concepto de cultura no restringido a un campo específico.

Cronopio tiene una buena interacción con sus lectores y más de cinco mil seguidores en Facebook. Pero una falla de la revista es la falta de un archivo que conserve las otras ediciones; aunque van por el número 9 el lector no tiene forma de acceder a los anteriores y ver así que otros temas se han tratado.

Hermano Cerdo, Literatura y artes marciales

(hermanocerdo.anarchyweb.org/)

Esta página presenta una atractiva combinación: literatura y artes marciales; nombre que como *Rabo de ají* parece querer sacar a la cultura de su pedestal sagrado. El diseño es sencillo, con fondo blanco y el menú en color negro y presenta leads al comenzar cada artículo. Mientras que el punto fuerte de Rabo de Ají es la variedad y rareza de sus secciones, el de Hermano Cerdo está en la variedad de sus colaboradores de diversos lugares que están conformados en su mayoría por personas de México, Buenos Aires, Barcelona y Santo Domingo pero también cuenta con colaboradores de otros países. Es su carácter internacional que permite variaciones en el tono, lo que llama la atención sobre los contenidos. También en Hermano Cerdo hay mezcla de géneros: crítico (Ensayo, reseña) , de creación (cuento) y periodístico (Crónica). Este último utiliza narrador en primera persona. Lo que piden principalmente los creadores es que sus colaboradores “tengan una voz personal y atractiva y que incluyan una fuerte dosis de narración”.

Por otro lado la sección de Miscelánea agrupa textos que no caben en otras secciones como obituarios, entrevistas, fragmentos traducidos de libros, noticias de carácter literario y ensayos y crónicas breves.

Un punto débil es que su actualización no es frecuente y esto puede ser nocivo para un público acostumbrado a encontrar nuevos contenidos en la *web*.

Con-fabulación: Periódico virtual

(con-fabulacion.blogspot.com)

Con-fabulación está en formato de blog lo que tiene ciertas desventajas porque no hay organización en los contenidos y esto hace más engorrosa su lectura, en especial el boletín que envían mensualmente los colaboradores por correo. El blog cuenta con reconocidos poetas como participantes lo que permite una calidad en los textos, y los temas de inquietud están entre la política y la poesía. Presentan artículos biográficos, entrevistas, reseñas y artículos de opinión. El tono de *Con-fabulación* parece más cerrado a un nicho amante de la literatura que dirigido a un público general; pero es importante porque divulga un género que cada vez menos aparece en los medios tradicionales como es la poesía.

NTC, portal cultural.

(ntcblog.blogspot.com)

NTC se define como un Mural cultural electrónico que funciona desde el año 2006. Llena el vacío relacionado con la falta de información cultural en Colombia al recoger diversas noticias y artículos nuevos que publica mensualmente. También llega por suscripción como una lista de correo. Es importante como medio de divulgación.

Páginas culturales en Latinoamérica

Letralia

Una revista digital que puede servir como modelo a nivel de Latinoamérica es *Letralia* de Venezuela que nació el 20 de mayo de 1996 con la única pretensión de “apoyar la literatura como arte” y cada vez tiene una mayor cantidad de seguidores. El director Jorge Gómez Jiménez que mencionó en el “Segundo Seminario de edición profesional para revistas y publicaciones seriadas”, que se realizó en septiembre de 2008 sobre la dificultad de las revistas culturales para posicionarse y la necesidad que tienen de cambiar de un público general a uno de nichos. También dijo que *Letralia* llegó a ganarse un público gracias a la variedad, el respeto al otro y el uso de un diseño agradable aunque en este último hay demasiados contenidos, lo que puede ser perjudicial.

“Una de las ventajas de tener una página web cultural es que traspasa fronteras” (2008), según Jiménez que llegó convertirla en empresa gracias a la publicidad y los vínculos que utiliza con muchas otras páginas. Jiménez expresó que tuvo que dejar su trabajo personal para dedicarse por completo a la publicación.

Letralia comenzó con suscriptores a través de correo electrónico y luego se amplió la forma de suscripción. El autor presenta como una ventaja de esta página, la multiplicidad de opciones presentadas y una agencia informativa interna que reúne a los escritores ya publicados. Esta revista tiene varias secciones principales:

- **Información:** Con novedades que en su mayoría hablan de literatura y resumen eventos, talleres, premios y nuevas publicaciones.

- **Artículos y reportajes:** Esta sección contiene reseñas sobre varias obras de autores o una sola. Allí, el público encuentra una guía para leer productos culturales desde un enfoque determinado. Por ejemplo en los artículos publicados el 20 de abril de 2009, encontramos, a propósito de la muerte de Corín Tellado un resumen de las características de sus obras y la justificación para que éstas se puedan denominar como sub-literatura. También encontramos cine- en el comentario sobre la obra fílmica de Wong Kar Wei; una obra de teatro- sobre la comedia “Bajarse al moro”; un libro de poesía-Bracea de Malú Urriola y varios de novela. Aparecen otros dos textos más personales y un poco densos: “Riqueza y limitaciones de la lectura” y “El espejo posible” que por intentar un camino más poético caen en la repetición y adjetivación excesiva.

- **Entrevistas**

- Sala de ensayo: Textos de análisis de autores u obras. El lenguaje es más especializado y hay mayor extensión..

- **Letras:** Contiene cuento, poesía y textos con mayor libertad de género. Aunque la calidad de la redacción es excelente, la calidad de la narrativa depende del autor. Como se encuentran textos que invitan a seguir leyendo, hay otros que aburren en las primeras frases.

- **Post Scriptum:** Contiene citas relacionadas con el oficio de la literatura.

- **Transletralia:** En esta página hay traducciones de diversos textos al español de autores chinos, japoneses y europeos.

ANEXO NO.2

ESTRATEGIA DE DIVULGACIÓN DE LA REVISTA GRAN GARABAÑA

La revista maneja contenidos que pueden tener alcance nacional e internacional. Por eso la divulgación se hará en dos fases. En una primera fase trataremos cubrir todas las instituciones colombianas. Y en segunda instancia buscaremos llegar a editoriales extranjeras, especialmente de México y España. Así mismo, buscaremos apoyo en las embajadas.

Divulgación en la red

Por ser una revista un online es necesario aprovechar los recursos disponibles en la *web* para darnos a conocer. Por las características del medio es necesario comenzar a tener en cuenta estrategias como la posibilidad de implementar secciones o usar un blog aparte para estar renovando continuamente la información ya que el lector de medios *online* a menudo busca nuevos contenidos. Así el público estará conectado con la revista a través de nuevos enlaces, noticias y traducciones cortas; lo que al mismo tiempo representa un modo de divulgación constante en medios *online*. Adicionalmente, esto alimentaría la participación de los lectores y enriquecería las discusiones sobre la página.

Estaremos en redes sociales como Facebook y Twitter creando un grupo en la revista con fans y amigos. En la página en Facebook publicaremos novedades de la revista y en el muro emitiremos semanalmente una opinión frente a noticias relacionadas con las culturas orientales. También haremos la traducción de un cuento por entregas que se

actualizará cada mes mientras aparece un próximo número. Tanto las novedades como la traducción del cuento aparecerán con mayor frecuencia y así ser un gancho para el lector. Buscaremos ser puestos como enlace en otras páginas, revistas y portales culturales, y a cambio pondremos el enlace en facebook o en el blog.

Alimentaremos el blog con comentarios sobre enlaces, opiniones de lectores y artículos que tengan con las culturas orientales y por la naturaleza de las ediciones de la revista no quepan en ésta. La oportuna interacción con los lectores también ayudará a la retroalimentación y la divulgación por parte del público.

Divulgación en instituciones

Crearemos una base de datos nacional con los correos electrónicos y teléfonos de instituciones culturales, bibliotecas, librerías, universidades, institutos de enseñanza de lenguas orientales, embajadas y revistas impresas y electrónicas que puedan tener afinidad con la revista. Posteriormente enviaremos correos a estas empresas e individuos en los que se presente la revista y se invite al lanzamiento. Llevaremos un registro diario de los correos enviados y la base de datos se nutrirá también semanalmente. También se nutrirá una base de datos con referencias dadas por personas cercanas a los colaboradores.

La divulgación irá encaminada no solo a conseguir lectores sino también escritores y por ello se hará énfasis en la búsqueda de contenidos de acuerdo al tema de cada edición; por ello una meta a largo plazo es implementar clubes de lectura y de cine que permitan difundir el conocimiento de la literatura oriental y además, conseguir nuevos aportes para la revista.

Boletín

Estamos realizando pruebas de diseño y viabilidad para enviar un boletín con cada nueva edición; además se presentará un boletín mensual de actualizaciones y noticias cortas.

Lanzamiento

Antes del lanzamiento imprimiremos afiches, volantes y tarjetas. Los afiches se repartirán en librerías, universidades e instituciones. También se dejarán volantes y tarjetas en lugares que sean claves. Realizaremos el lanzamiento en agosto debido a que en esta etapa vuelven a funcionar las universidades. Haremos visitas a las librerías para promocionar las revistas.

Divulgación internacional

Como la página es de literatura oriental, parte del público objetivo son las librerías y editoriales de otros países. Como meta a largo plazo y después de haber realizado una divulgación nacional, realizaremos una base de datos con correos y teléfonos de editoriales y librerías de otros países a quienes pueda interesar la página; les enviaremos correos informando actualizaciones. Además, dependiendo del tema tratado en esa edición, realizaremos visitas a embajadas de países de Oriente para buscar una divulgación de la página en las facultades de enseñanza del idioma español en universidades de países asiáticos. A continuación presentamos el Cronograma de Divulgación de la revista para los próximos tres meses.

Actividades	Junio			Julio				Agosto				
Socialización y divulgación en redes sociales (Facebook, twitter)		X	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Realizar un boletín para enviar a los contactos el primer número de la revista.		X	x	x								
Definir diseño de volantes y afiches.		X	x	x								
Impresión y distribución de volantes y afiches en instituciones, librerías y lugares importantes				x	x	x	x	x	x			
Hacer invitación a contactos para el lanzamiento de la revista		X	x	x	x		x					
Lanzamiento de la revista										x		
Enviar boletín a 200 contactos nacionales e internacionales con el primer número de la revista											x	
Comienzo realización de sección de traducción cuento por entregas que será anunciado en redes sociales					x							
Primera divulgación de noticias diarias, efémerides y recomendaciones en twitter y facebook.		X										
Implementación de club de lectura de literaturas orientales que se divulgará en redes sociales												x