





# editorial



## ¿LA PRIORIDAD ÚLTIMA DEL PERIODISMO ES LA CULTURA?

Bastaría con ver el lugar que ocupan las secciones o espacios culturales en todos los medios de comunicación del Ecuador para entender el sentido y la prioridad que le han dado las empresas de comunicación y hasta los medios regionales, comunitarios y públicos. Y, seguramente, no es de su exclusiva responsabilidad, pues no solo dependen de una pauta publicitaria, su sesgo empresarial o social, sino también de unas audiencias, lectores y lectoras, todos ellos y ellas alejadas de una dinámica cultural, en el más amplio sentido de la expresión.

Por supuesto, hay otra variable: el mercado. ¿De qué manera, en la lógica capitalista y mercantilista, se inscribe la dinámica del quehacer cultural para propiciar un mayor protagonismo y exposición mediática de la producción artística, en general? Y, por ello, además es difícil entender el rol del periodismo -así llamado- cultural en una parte sustancial de la misma rentabilidad de los medios de comunicación y en la formación y participación de los periodistas dentro de esa dinámica.

Pero por fuera del mercado y de la dinámica empresarial de los medios, ¿por dónde se empuja la existencia de espacios de periodismo cultural? ¿Hay suplementos o revistas que cuenten con un equipo de periodistas, redactores, diseñadores y de ventas para volverlo rentable, sustentable y hasta como un sostén económico autónomo?

En cierta medida, esto nos devuelve al debate de siempre: ¿quién garantiza el derecho a la comunicación y a la información en todas sus expresiones, pero sobre todo en el campo cultural? Si los medios privados no lo hacen por su lógica mercantil, les corresponde a los medios públicos y por ende el financiamiento tendría que venir desde el Estado.

Hoy, en Públicos, posiblemente tendremos una oportunidad de insistir en la concreción de esa necesidad y en garantizar ese derecho. Ojalá tengamos esa posibilidad de discutir -no de la polarización política- sino desde la demanda real de medios y espacios culturales para que periodistas, artistas, críticos, gestores y las nuevas generaciones produzcan nuevos contenidos sintonizándose con las corrientes críticas de la contemporaneidad.

Claro, no es fácil hablar en medio de una precariedad del debate público, de un "austericidio" y de unas lógicas neoliberales que disponen e impiden una movilización de las ideas por fuera de esas corrientes neoconservadoras, donde priman las exclusiones, el sexismo, el racismo, la xenofobia y la banalidad por encima de cualquier otra consideración filosófica y estética que las cuestione.

Por supuesto, también hay una realidad: los géneros periodísticos, para el periodismo en general, están ausentes de la práctica y el ejercicio de los mismos periodistas. Una crónica de 20 páginas es imposible, menos aún si se trata de una que aborde un fenómeno o una realidad cultural de un pueblo ancestral, un grupo musical, una compañía de danza o de teatro, entre otras. Hoy, cuenta más el post de un párrafo, un video de no más de tres minutos o simplemente un meme.

La posibilidad de que una entrevista, una crónica, un reportaje o una reseña larga y con una densidad propia de la profundidad necesaria, por supuesto, no puede ahora estar alejada de la comunicación transmedia. Eso requiere de otra formación y de unas audiencias demandantes y con la exigencia de calidad estética y narrativa para cautivar y construir nuevos públicos.

Ese, hoy por hoy, es el mayor desafío y hasta la utopía del periodismo cultural ecuatoriano, que parece ausente de los debates académicos y hasta en los mismos medios de comunicación. Por ello, en este número queda hecha la invitación para abonar a ese desafío y a esa reflexión. ■

por Públicos

Revista de artes y pensamiento