



UNIVERSIDAD DE LAS ARTES

Escuela de Literatura

Proyecto integrador transdisciplinario

Haiku Media Ec.

Previo la obtención del Título de:

Licenciado en Literatura

Autor/a:

Jimmy Fernando Sáenz de Viteri Soto

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2021



Declaración de autoría y cesión de derechos de publicación del trabajo de titulación

Yo, Jimmy Fernando Sàenz de Viteri Soto, declaro que el desarrollo de la presente obra es de mi exclusiva autoría y que ha sido elaborada para la obtención de la Licenciatura en Literatura. Declaro además conocer que el Reglamento de Titulación de Grado de la Universidad de las Artes en su artículo 34 menciona como falta muy grave el plagio total o parcial de obras intelectuales y que su sanción se realizará acorde al Código de Ética de la Universidad de las Artes. De acuerdo al art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad E Innovación* cedo a la Universidad de las Artes los derechos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, para que la universidad la publique en su repositorio institucional, siempre y cuando su uso sea con fines académicos.

Firma del estudiante

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

Miembros del Comité de defensa

Pedro Cagigal

Tutor del Proyecto Integrador Transdisciplinario

Nombre de miembro del Comité

Miembro del Comité de defensa

Nombre de miembro del Comité

Miembro del Comité de defensa

Agradecimientos:

Mis más sincero agradecimiento a todas las personas que se sumaron al equipo de trabajo y confiaron y aportaron con contenidos, consejos y dejaron un poco de su talento para hacer posible crear las bases de Haiku Media Ec. Muchas gracias a mi familia y amigos por la paciencia y apoyo durante este viaje. Los resultados de este proyecto son para ustedes.

Dedicatoria:

El presente proyecto lo dedico a mis hermanos Jorge, Luiggi, Andrea, Fausto, mi abuela Popa, a mi Sra. madre Edelmira Soto y a la memoria de mi padre don Jorge Leonidas Sáenz de Viteri Soto.

Resumen

El proyecto Haiku Media Ec consiste en diseñar una primera versión de un sitio web con una línea editorial que conjuga géneros discursivos asociados a la literatura como la crónica, la noticia, la reseña y el ensayo con elementos del cine, artes visuales y sonoras para abordar, analizar y difundir procesos artísticos locales a nivel local e internacional. Para diseñar el sitio web en donde se alojarán estos contenidos se investigará la relación entre literatura, nuevo periodismo y la publicación digital literaria. A su vez, se presenta una breve aproximación al contexto contemporáneo de los medios de comunicación cultural independientes y modelos de instituciones de educación superior especializadas en la difusión y comunicación derivada de la actividad artística. En base a los resultados de este marco teórico se sustenta la viabilidad de un modelo de sitio web cultural digital que brinde una estrategia de difusión alternativa y que se adapte a los requerimientos del lector contemporáneo definiendo su línea editorial, arquitectura digital y estableciendo una red de colaboradores para activar un formato beta de la plataforma en línea. Esta iniciativa evidencia la necesidad de expandir el campo de acción de la literatura añadiendo opciones innovadoras y vinculadas a los nuevos medios. El sitio web se hospeda en el siguiente enlace: www.haikuec.wordpress.com

Palabras Clave: Periodismo cultural, géneros discursivos, literatura digital, publicación multiplataforma, escritura creativa.

Abstract

The Haiku Media Ec project consists in designing a first version of a website with an editorial line that combines discursive genres associated with literature such as chronicle, news, review and essay with elements of cinema, visual and sound arts to address, analyze and disseminate local artistic processes locally and internationally. To design the website where these contents will be hosted, the relationship between literature, new journalism and literary digital publication will be investigated. In turn, a brief approach to the contemporary context of independent cultural communication media and models of higher education institutions specialized in dissemination and communication derived from artistic activity is presented. Based on the results of this theoretical framework, the viability of a digital cultural website model that provides an alternative dissemination strategy and that adapts to the requirements of the contemporary reader is supported by defining its editorial line, digital architecture and establishing a network of contributors to activate a beta format of the online platform. This initiative evidences the need to expand the field of action of literature by adding innovative options linked to new media. The website is hosted at the following link: www.haikuec.wordpress.com

Keywords: Cultural journalism, discourse genres, digital literature, multiplatform publication, creative writing.

ÍNDICE GENERAL

Introducción.....	9
Antecedentes.....	11
Objetivos.....	23
Marco teórico.....	24
Metodología.....	40
Concepto y línea editorial.....	43
1.1 Concepto.....	43
1.2 Línea editorial.....	45
Identidad visual, arquitectura, funcionamiento y difusión del sitio web.....	56
2.1 Logotipo e identidad visual	56
2.2 Arquitectura del sitio web	57
2.3 Difusión y promoción del sitio web	59
2.4 Ejemplos del contenido de Haiku Media Ec	60
Conclusiones.....	62
Bibliografía.....	67

Introducción

Haiku Media Ec, es un medio digital que promueve la comunicación, crítica y divulgación de información relacionada a la gestión cultural y artística en sus diversas expresiones. El objetivo principal de este proyecto consiste en conceptualizar y diseñar una primera versión de un sitio web cultural digital que conjugue géneros discursivos asociados a la literatura como la crónica, la noticia, la reseña y el ensayo con elementos del cine, artes visuales y sonoras como la fotografía, la infografía y el podcast respectivamente para abordar, analizar y difundir procesos artísticos a nivel local y regional.

Para ello, en primer lugar, se propone la exposición de antecedentes de la situación actual del periodismo cultural en el país, la cual brinda pertinencia a la creación de este proyecto como el cierre de *Cartón Piedra*, sección especializada en arte, cultura y patrimonio del diario *El Telégrafo*. También, el análisis comparativo de varios modelos de comunicación de actividades culturales por parte de instituciones de educación superior públicas y privadas como la Agenda AGUA de la Universidad de las Artes y Radio Cocoa de la Universidad San Francisco de Quito para obtener herramientas factibles en base a la viabilidad de algunas estrategias utilizadas por estos medios.

En segundo lugar, se propone una aproximación a la convergencia entre literatura, nuevo periodismo y publicación digital literaria. Para la base teórica se ha tomado en cuenta el concepto de *nuevo periodismo* planteado por Tom Wolfe, el periodismo *gonzo* popularizado por el escritor y periodista Hunter Thompson y la práctica de campo llevada al extremo conocida como periodismo *border* atribuido a Emilio Fernández Cicco. En cuanto a la relación entre literatura y nuevas tecnologías se analizó la postura de Kenneth Goldsmith

sobre las ventajas y herramientas que brinda la red a los contenidos literarios y en contraparte la visión negativa sobre el internet de Nicholas Carr quien asegura que compañías como *Google* en realidad nos vuelven más estúpidos.

También, se abordó la teoría de los Objetos Culturales Vagamente Identificados (OCVI) planteada por el periodista y escritor Jorge Carrión, una invitación a explorar canales de transmisión informativo poco explorados por la academia como las historias de *Instagram*, campañas publicitarias o listas de reproducción musical. Finalmente se expone el caso del escritor y guionista Sergio Cortés, más conocido como *El Borrador*, artista literario que logró exponer masivamente su obra literaria utilizando herramientas como su muro de *Facebook*, campañas de recaudación de fondos entre su base de lectores y la auto impresión de sus textos.

Con este respaldo teórico se creó un equipo de trabajo que desarrolló una metodología dividida en dos capítulos. El primero para desarrollar un concepto y línea editorial basada en el haiku japonés en comparación con la escritura concisa y concreta de redes sociales. El segundo se enfocó en la identidad visual, arquitectura, funcionamiento y difusión del sitio web. Cabe recalcar que el punto de partida es la redacción, investigación y edición de textos escritos conjugados con diferentes disciplinas para levantar un proyecto integrador transdisciplinario viable, coherente y funcional en base a las necesidades del lector contemporáneo el cual utiliza dispositivos tecnológicos y redes sociales como fuente de información principal. El capítulo final contiene las conclusiones del proyecto y posibilidades a futuro sobre el mismo.

Antecedentes

El 24 de julio del 2020 el portal *Fundamedios* publicó que la empresa *Medios Públicos* despediría a 500 empleados incluyendo la nómina completa de periodistas de diario *El Telégrafo* y de su tradicional sección cultural *Cartón Piedra*. El comunicado afirmaba lo siguiente sobre el proceso liderado por Edison Toro, gerente general de la compañía:

Así lo determina el Decreto Ejecutivo 1059, del 19 de mayo pasado. Toro anunció que el 80 % de los 618 trabajadores serán despedidos. En el grupo están periodistas, personal administrativo y prensistas. Pasadas las 15:00 de este viernes 24 de julio, los colaboradores empezaron a recibir la notificación de desvinculación oficial. Tras la medida, 109 personas se quedarán para mantener las operaciones.¹

Esta noticia confirmó la crisis del sector cultural ecuatoriano sumada a la serie de recortes de presupuesto a la educación superior en artes por parte del Estado ecuatoriano y atravesada por la emergencia sanitaria provocada por el coronavirus. La necesidad de plataformas informativas y de crítica artística es indispensable en el medio local para el desarrollo comunicativo y la profesionalización de las artes en el país. En Ecuador existe una carencia de secciones culturales especializadas en los medios de publicación masiva y hay pocos programas de estudio ligados a la crítica y reseña cultural y artística, como por ejemplo la Escuela de Literatura de la Universidad de las Artes, la cual no posee un itinerario o

¹ Fundamedios, «500 trabajadores son desvinculados de la Empresa Medios Públicos del Ecuador», Página web Fundamedios (24 jul. 2020), <https://www.fundamedios.org.ec/alertas/edison-despido-medios-publicos/>

especialización en comunicación o periodismo cultural que contribuya a la generación de nuevos talentos que renueven las bases de la difusión y comunicación cultural en el país.

Además, se debe tomar en cuenta que la pandemia fue el detonante para que muchos procesos artísticos y culturales se desplazaran a un formato virtual marcado por el distanciamiento físico obligatorio. La migración hacia lo virtual ha permitido que se fortalezcan las plataformas digitales para la distribución de una serie de elementos derivados de la cultura que han hecho posible contribuir a la formación académica, recepción de noticias sobre temas de coyuntura, seguridad social y salud mental de millones de personas. Gracias a servicios multimedia alojados en plataformas culturales los usuarios pudieron acceder a series, películas, canciones, libros, obras de teatro, conciertos, conferencias, clases y muchos más contenidos desde su ordenador o teléfono móvil. Acerca del contexto ecuatoriano sobre uso de dispositivos tecnológicos durante la pandemia en el 2020, el portal Primicias Ec investigó sobre el tema arrojando los siguientes datos y opiniones sobre el acceso a artefactos digitales:

Los meses con mayores ventas son junio, julio, agosto y septiembre, por el confinamiento y el ingreso a clases en el régimen Sierra y Amazonía, cuando 1,8 millones de estudiantes iniciaron el año lectivo, conectados desde casa. Antes de la pandemia las personas iban a la oficina o a los lugares de estudio, donde tenían equipos para realizar sus actividades, afirma Pablo Escandón, coordinador de la Especialización en Comunicación Digital de la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB). Para hacer que los niños asistan a clases de forma virtual y realicen las tareas digitales, los padres han tenido que comprar equipos

electrónicos. En Ecuador, en promedio, había una computadora por casa, que se usaba para actividades de ocio. Ahora en una familia de cuatro integrantes se necesita, por lo menos, de dos dispositivos para trabajar y estudiar, ya que los tiempos de conexión son simultáneos, dice Escandón.²

Durante la pandemia los artistas han detenido de manera forzada sus procesos de exposición de obra en espacios físicos y han tenido que buscar vías alternas para compartir su trabajo y monetizarlo. Sobre el sector literario el Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura con sede en la Universidad de las Artes publicó en julio del 2020 la recolección de datos de la encuesta de condiciones laborales de trabajadores de las artes y la cultura denominada *Termómetro Cultural*. En esta expone que «de 2508 encuestados solo el 7% se dedica a las artes literarias narrativas y producción editorial.»³

Estos resultados en yuxtaposición a la falta de oferta académica sobre periodismo cultural en la Universidad de las Artes, referente y única institución pública especializada exclusivamente en artes en el país y en la cual se desarrolla y motiva este proyecto, sumados a la carencia de medios de comunicación especializados y el crecimiento exponencial de uso de dispositivos tecnológicos como herramienta indispensable para la creación, divulgación y consumo de productos derivados de las artes, cultura y patrimonio demuestran la urgencia de

² Gabriela Coba, «La importación de celulares y computadoras crece en Ecuador», Página web Primicias (13 dic. 2020), <https://www.primicias.ec/noticias/economia/importacion-celulares-computadoras-crece-ecuador-covid/>

³ Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura. *Resultados de la encuesta de condiciones laborales de trabajadores de las artes y la cultura. Reporte Termómetro Cultural* (Guayaquil: Universidad de las Artes / ILIA 2020) ,11.

plataformas digitales dedicadas y estructuradas como punto de convergencia entre la cultura y el entorno contemporáneo del lector receptor.

Es necesario hacer énfasis en que La Universidad de las Artes no es el único referente público de educación en artes, ya que existen proyectos como la Universidad Central, que posee facultades de artes visuales, danza, teatro y comunicación y la Universidad de Cuenca, que tiene programas de estudios en artes visuales y escénicas. Sin embargo estos espacios tampoco poseen plataformas de difusión y revistas digitales especializadas en transmisión de contenidos culturales y agendas artísticas. El análisis del modelo de comunicación de la Universidad de las Artes es de vital importancia ya que refleja la aplicación de políticas públicas contemporáneas de educación superior en artes por parte del Estado y ha sido ojo de la crítica pública desde su creación como institución emblemática en el 2013 junto a Yachay Tech, en la provincia de Imbabura; la Universidad Regional Amazónica (Ikiam), en Napo; la Universidad Nacional de Educación, en Azogues, Cañar con una inversión inicial en este proyecto educativo de más de mil millones de dólares.⁴ Existe una gran inversión económica en estos proyectos y al hablar de educación en artes debe englobarse también la comunicación cultural, la cual permite brindar resultados, muestras y productos creativos a la comunidad que justifiquen los recursos invertidos.

⁴ Ministerio de Educación, «Cuatro universidades públicas se crearán para beneficio del país», Página web del Ministerio de Educación (13 sep. 2013), <https://educacion.gob.ec/cuatro-universidades-publicas-se-crearan-para-beneficio-del-pais/>

Poner la lupa sobre el modelo de comunicación de la Universidad de las Artes puede aproximarnos a como las instituciones pertenecientes a este grupo antes mencionado asignan sus fondos para el área comunicacional y como vinculan sus actividades con la comunidad.

Instituciones de educación superior como la Universidad de las Artes y la Universidad San Francisco de Quito han presentado proyectos destinados a la difusión, comunicación y almacenamiento de información derivada de productos culturales y de vinculación con la comunidad local.

El primer referente para esta investigación es la Agenda Guayaquil de la Universidad de las Artes (AGUA) un portal web perteneciente a la UArtes en el cual se comparte la agenda de eventos culturales en la ciudad de Guayaquil. Esta plataforma sirve de vehículo para proyectos institucionales obtenidos de la gestión de las diferentes carreras y participan tanto estudiantes como docentes. También se incluyen iniciativas artísticas privadas y externas generando un flujo de información constante a través de sus redes sociales y base de datos de correo electrónico. Ingresando a la página web de la UArtes se puede seguir la pestaña de AGUA y tener acceso a podcasts, revistas, cortos, películas, entrevistas, libros, y muchos más contenidos. Al ser parte de una universidad pública su acceso también lo es, así que mediante un formulario digital se puede hacer llegar iniciativas culturales para que sean receptadas, analizadas y posteriormente publicadas. En el 2019 se desarrolló una aplicación móvil y una campaña publicitaria para presentarla de manera pública⁵. Este fue el último registro de actividad de la plataforma hasta que durante la emergencia sanitaria decretada a

⁵ Universidad de las Artes, «Agua-Agenda Cultural y Artística», promocional rodado en 2019, video en YouTube, 00:52, acceso el 29 de julio de 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=knrhcxVQTxg>

inicios del 2020 los trabajos de gestión y difusión de este portal quedaron paralizados. En la actualidad AGUA ha sido reactivada y se ha actualizado su sitio web, actividad en redes sociales y cobertura de eventos. Las únicas cifras oficiales por parte del Departamento de Comunicación de la universidad son sobre la cantidad de seguidores en sus redes sociales oficiales: Twitter: 9.543, Facebook: 45.600, Instagram: 13.900⁶

En el informe de rendición de cuentas de la UArtes del 2020 no figura en ninguno de sus incisos algún plan detallado relacionado a la Agenda AGUA o menciones sobre planes de difusión, publicidad creativa o créditos a estudiantes participantes en proyectos comunicativos o prácticas pre profesionales.

Dentro del marco de la UArtes desde el 25 de junio de 2020 el Instituto latinoamericano de Investigación en Artes (ILIA) y la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) formalizaron un Convenio Específico de Cooperación Interinstitucional para la creación del Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura. El cual tiene entre otros objetivos, contribuir a la generación de información, investigación y debate académico en materia de políticas y economía de la cultura.⁷ Desde este espacio se pudo gestionar la primera edición del Taller de Periodismo Cultural: Panorama y Tendencias del Periodismo Cultural Contemporáneo el cual contó con la presencia de la asesora y gestora cultural Yomara Rosero, José Miguel Cabrera, director

⁶ Universidad de las Artes, «Aprobación del informe de Rendición de Cuentas 2020», Memorando Nro. UA-R-2021-0120-M (13 may. 2021): 56, <http://www.uartes.edu.ec/sitio/download/1-informe-de-rendicion-de-cuentas-2020/>

⁷ Instituto Latinoamericano de Investigación en Artes, «Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura, en marcha», Página web del Instituto Latinoamericano de Investigación en Artes (30 jun. 2020): <http://ilia.uartes.edu.ec/observatorio-de-politicas-y-economia-de-la-cultura-en-marcha/>

de UArtes Ediciones y ex editor de Cartón Piedra y como invitada internacional a Lucero Hernández, estratega digital y periodista independiente de nacionalidad mexicana. El español Jorge Carrión, escritor y doctor en humanidades por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona y codirector del Máster en Creación Literaria de la UPF-BSM fue el encargado de inaugurar el ciclo de charlas y talleres desarrollados el 9 y 10 de marzo del 2021.

Aparte de esta cita periodística internacional, esta institución posee la sección *Cultura en Renglones* la cual reúne contenidos sobre las dinámicas y procesos que se desarrollan en el campo del quehacer artístico y cultural generados por el Observatorio junto a otros contenidos relevantes producidos por medios de comunicación tradicionales e independientes del Ecuador.⁸ Actualmente el cuerpo editorial es conformado por estudiantes y docentes con publicaciones periódicas a través de su sitio web. También cuenta con las colaboraciones independientes como la del periodista y editor Pablo Salgado, el cual contribuyó con un artículo sobre el panorama contemporáneo del periodismo cultural en el Ecuador expresando lo siguiente:

¿En qué momento está el periodismo cultural? Sin duda, en uno muy malo. No solo el periodismo cultural, sino el periodismo en general. Los medios de comunicación, como muchos otros sectores del país, están en una profunda crisis de contenidos y de credibilidad. Muchos de ellos, como nunca, están entregados a los intereses políticos y económicos de sus propietarios. Y esta entrega se refleja en sus páginas y en sus programas. Los periodistas viven acosados por

⁸ Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura, «Publicaciones», Página web del Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura (2020): <http://observatorio.uartes.edu.ec/noticias/>

los despidos y los enormes recortes que dificultan el ejercicio de su trabajo. Además, se encuentran sumidos en la precariedad. Y, como sabemos, centenares de periodistas, de medios públicos y privados, han pasado a engrosar el enorme porcentaje de desempleados.⁹

Este tipo de encuentros brinda áreas para el aprendizaje, discusión y masificación del periodismo cultural al concebirse desde un espacio de educación superior en artes. Fue precisamente de la interacción con los académicos invitados y los foros y talleres realizados que nació la iniciativa para crear *Haiku Media Ec* de manera formal y profesional. También contribuyó a construir perfiles de estudiantes con intereses y herramientas del periodismo cultural lo cual podría nutrir el equipo de trabajo de AGUA y generar beneficios para la comunicación efectiva de las actividades derivadas de la gestión cultural a la comunidad.

Como segundo ejemplo tenemos a Radio Cocoa. Esta plataforma tiene su origen en el Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas de la Universidad San Francisco de Quito en el 2009. Sus contenidos incluyen reseñas, editoriales, coberturas de eventos, análisis musical, agenda cultural, noticias y más. Una de las particularidades de este portal es que tiene un repositorio en donde convergen contenidos de diferentes sitios en línea y temáticas variadas generando un flujo de navegación más rico y diverso. Radio Cocoa se vincula con la comunidad con temas de categorías variadas y en un tono fresco y amigable. La aceptación de un formato dinámico, innovador y que se renueva constantemente se ve reflejada en cifras al poseer más de 100.000 seguidores divididos en *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* y *YouTube*.

⁹ Pablo Salgado, «Vida, pasión y precariedad del periodismo cultural», Página web del Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura (17 mar. 2021): <http://observatorio.uartes.edu.ec/2021/03/17/vida-pasion-y-precariedad-del-periodismo-cultural/>

También esta estrategia de comunicación es viable para captar lectores y colaboradores externos no especializados y con poco tiempo en sus rutinas para actividades no monetizadas. Radio Cocoa, tiene mucho más tiempo en línea, más colaboradores, mayor financiamiento, se gestó en una escuela de comunicación, tiene su sede en Quito, en dónde la organización de los artistas puede ser más activa a través de colectivos, gremios y más eventos de largo aliento que en Guayaquil, entre otros.

Enfrentando ambos sistemas se evidencia que la carencia de identidad de marca y visibilidad pública a gran escala de la Universidad de las Artes se debe a su modelo estático y su carencia en la elaboración de planes que se ajusten al contexto local contemporáneo, la no adjudicación de fondos para las secciones comunicacionales y periodísticas de la institución, la mala arquitectura digital, desactualizada y sin un criterio editorial claro. El portal tampoco ofrece una sección de artículos propios, ni posee articulistas, ni un archivo, ni un formato de colaboradores activos y demás. Cabe recalcar que esta afirmación alude al sistema de comunicación de la universidad y no a su gestión cultural y sus líneas de investigación.

Con estos puntos esclarecidos, se evidencia que existen modelos viables para medios especializados en comunicación cultural provenientes de instituciones académicas de educación y pueden ser adaptados a menor escala a pesar de limitaciones económicas y burocráticas.

El medio artístico en general ha usado para su difusión y encuentros plataformas digitales como *Zoom*, *Streamyard*, *Microsoft Teams*, entre otras, en donde han desarrollado foros, conferencias, muestras, conversatorios, proyecciones, lecturas colectivas,

presentaciones de libros y experimentado con formatos de galerías, repositorios y bibliotecas virtuales. Pero a pesar de estos espacios, los medios de comunicación siguen siendo sustanciales para la difusión cultural. Estos juegan un papel determinante como alternativa para la difusión de estos contenidos. Es pertinente hacer énfasis en el rol que desempeña la comunicación y el periodismo especializado en los procesos culturales y comprender la crítica como un espacio de reflexión que permite analizar y madurar la producción artística local. Es posible generar un diálogo donde la literatura juegue un papel importante al verbalizar la poética de otros campos artísticos y los nuevos medios digitales de publicación como herramientas documentales, dispositivos de archivo y memoria cultural.

Finalmente, las plataformas culturales son generadores de nuevos públicos. Las aplicaciones analíticas de redes sociales y desarrolladores de sitios web permiten llevar un registro y conteo del tránsito y el alcance de publicaciones culturales brindando una herramienta de acción en base a la buena o mala recepción de un contenido específico. La generación de público es de vital importancia en el medio artístico ya que con su asistencia a eventos, adquisición de obra, cooperación comunitaria en proyectos (*crowdfunding*) o la utilización del impacto social como método de evaluación para la adjudicación de fondos públicos o auspiciantes privados, se puede colaborar en monetizar las iniciativas artísticas e incentivar económicamente este sector severamente afectado y en condiciones precarias de funcionamiento.

Los modelos de comunicación desde las universidades pueden reforzarse con elementos que atraigan mayor atención de nuevos posibles estudiantes utilizando como recurso principal generar un discurso más contemporáneo y coherente con la actualidad y

que se adapte a la gran cantidad de nuevos lenguajes que aparecen en redes sociales día tras día. No basta solo con generar publicaciones como revistas indexadas, investigaciones científicas, conferencias, los cuales poseen su propia economía, público asistente y consumidores, sino también en “academizar” estrategias publicitarias como los fenómenos virales en las redes sociales y tendencias de la cultura popular para vincular contenidos académicos.

En el caso específico de la Universidad de las Artes, un proyecto creado desde políticas públicas y dependiente de un financiamiento estatal el cual se ha visto marcado en los últimos años por recortes presupuestarios y ausencia de garantías de funcionamiento¹⁰ es necesario abrir el debate sobre la manera en que la universidad comunica su gestión. No solo con el público especializado sino también con el sector de la ciudadanía que aún no conoce con claridad la propuesta y lineamientos de este proyecto de educación superior a pesar de tener casi diez años en funcionamiento desde su creación en el 2013. Sobre la situación actual de la universidad la Dra. Olga López, vicerrectora de Posgrado e Investigación en Artes, analizó en su intervención en la ceremonia de posesión de las nuevas autoridades a inicios del 2021 la situación de la educación pública superior y la re significación del arte en el Ecuador. Manifestó:

Que debe dejar de ser elitista, invitando a trabajar para emancipar y crear un discurso de ruptura con el canon establecido. “(...) Guayaquil ha sido un terreno

¹⁰ Carmen Cortés, «¿Qué significa para la UArtes su institucionalización?», Página web de la Universidad de las Artes (8 dic. 2020): <http://www.uartes.edu.ec/sitio/blog/2020/12/09/que-significa-para-la-uartes-su-institucionalizacion/>

rancio para las iniciativas culturales. Hay mucho por hacer y el pensamiento de la universidad debe alinearse con la situación actual en Latinoamérica”, recalcó.¹¹

Con estas declaraciones se abre el umbral para que la educación pública y de calidad en artes sea un derecho constitucional y los procesos de comunicación oportuna, especializada, masiva y coherente con el medio contemporáneo sean reconocidos como una obligación institucional. Según los antecedentes presentados, el diseño del sitio *Haiku Media Ec* es un aporte pertinente en el contexto del periodismo cultural actual en el país como una alternativa para la difusión de contenidos derivados de la actividad cultural y brindará espacios y soporte editorial a artistas emergentes, propuestas experimentales y el diálogo y trabajo colectivo del sector artístico desde la gestión cultural, la redacción periodística cultural y la interacción y vinculación con la comunidad a través del uso de nuevas tecnologías y canales de difusión alternativos.

¹¹ Jimmy Sáenz de Viteri, «En acto histórico se posesionó a primeras autoridades UArtes elegidas por votación», Página web de la Universidad de las Artes (5 ene. 2021): <http://www.uartes.edu.ec/sitio/blog/2021/01/05/en-acto-historico-se-posesiono-a-primeras-autoridades-uartes-elegidas-por-votacion/>

Objetivos

El objetivo principal de este proyecto de tesis consiste en conceptualizar y diseñar una primera versión de un sitio web cultural digital que conjuga géneros discursivos asociados a la literatura como la crónica, la noticia, la reseña y el ensayo con elementos del cine, artes visuales y sonoras como la fotografía, la infografía y el podcast respectivamente para abordar, analizar y difundir procesos artísticos locales a nivel local y regional.

Los objetivos específicos son:

- Investigar la relación entre literatura, nuevo periodismo y publicación digital literaria para delimitar una línea editorial y de contenidos del sitio web.
- Hacer una breve recapitulación del contexto contemporáneo de la comunicación cultural especializada en el Ecuador como punto referencial.
- Redactar las bases para registrar y definir ejes editoriales, identidad visual y de estilo del sitio web.
- Generar un grupo de colaboradores nacionales e internacionales para crear una red de generadores de contenidos culturales y dotar de contenidos al sitio bajo una línea editorial definida de manera colectiva.
- Diseñar una arquitectura digital en base a experiencias locales que busque una navegación dinámica y multiplataforma de contenidos para generar formas de archivo de prácticas artísticas nacionales e internacionales en relación a posibilidades económicas del proyecto.

Marco teórico

Cultura convergente: literatura, nuevo periodismo y publicación digital literaria

Periodismo y literatura

Existen infinidad de definiciones de periodismo cultural casi como las hay de periodismo y cultura por separado. Una descripción concreta la da el periodista español Iván Tubau, quien lo definió como «la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación».¹² Una muestra de esta visión es el *nuevo periodismo* el cual con algunas prestaciones literarias cambiaron la forma de concepción estética y redacción de textos periodísticos en medios de gran alcance para crear una propuesta diferenciada. Primero entender de qué forma funcionan los medios masivos puede ofrecer nuevas alternativas de publicación, en este caso integrando elementos estéticos. En 1973 el periodista estadounidense Tom Wolfe publica *El nuevo periodismo*, un libro en el que denomina de esta manera a una serie de artículos de prensa publicados en medios norteamericanos a mediados de los años sesenta que utilizan recursos literarios propios de la novela para su redacción. Textos de autores como Norman Mailer, Bárbara R. Goldsmith y Nicholas Tomalin son descritos con gran fervor por Wolfe y recogidos en la segunda parte del libro en una selección de veintitrés textos realizada en conjunto con E.W. Johnson para la edición original.

¹² María J. Villa. *El periodismo cultural: Reflexiones y aproximaciones*. (Tenerife: Revista Latina de Comunicación Social número 6. 6 jun. 1998), 1.

Dudo de que muchos de los ases que ensalzaré en este trabajo se hayan acercado al periodismo con la más mínima intención de crear un «nuevo» periodismo, un periodismo «mejor», o una variedad ligeramente evolucionada. Sé que jamás soñaron en que nada de lo que iban a escribir para diarios o revistas fuese a causar tales estragos en el mundo literario... a provocar un pánico, a destronar a la novela como número uno de los géneros literarios, a dotar a la literatura norteamericana de su primera orientación nueva en medio siglo....¹³

Es de esta manera que Tom Wolfe inicia su trabajo combinado de ensayo y antología. Destaca el gran impacto que puede llegar a tener el periodismo abordado con prestaciones literarias. Tómese como ejemplo el artículo “Superman viene al supermercado” publicado por Norman Mailer en la revista *Esquire* en noviembre de 1960, el que según algunos críticos y analistas políticos estadounidenses sirvió para posicionar a John F. Kennedy en la Presidencia de los Estados Unidos.¹⁴

En junio de 1970 destacaría la figura del periodista Hunter S. Thompson quien publica *El derby de Kentucky es decadente y depravado* originalmente en la revista *Scanlans Monthly* (vol.1, no.4).¹⁵ Sobre este texto y la metodología utilizada por Thompson, el artículo *Y al*

¹³ Tom Wolfe. *El Nuevo Periodismo*. (Barcelona: Anagrama 1973) ,5.

¹⁴ Alicia García de Francisco, «Superman va al supermercado: Cuando Mailer se encontró con Kennedy», Página web de Chicago Tribune (25 dic. 2014): <https://www.chicagotribune.com/hoy/ct-hoy-8427313-superman-va-al-supermercado-cuando-mailer-se-encontro-con-kennedy-story.html>

¹⁵Michael MacCambridge , «Director’s Cut: ‘The Kentucky Derby Is Decadent and Depraved,’ by Hunter S. Thompson», GrantLand (3 may. 2013): <https://grantland.com/features/looking-back-hunter-s-thompson-classic-story-kentucky-derby/>

quinto verano resucito el escritor Gonzo redactado por Andrea Aguilar para *El país* recoge las siguientes impresiones:

El modelo 'Gonzo' acabó de depurarlo en la delirante crónica El derby de Kentucky es decadente y depravado, en la que la carrera era un ruido de fondo. "Al contrario que el resto del palco de prensa, no nos importaba una mierda lo que pasaba en la pista. Habíamos ido para ver a las verdaderas bestias en acción", decía el artículo. Aquel encargo marcó un antes y un después. Fue el primer trabajo que realizó junto al dibujante galés Ralph Steadman. Juntos formaron un inolvidable dúo. Steadman descubrió el ácido y cambió radicalmente su trabajo. "Al principio me dijo, 'quisiera que dejaras de hacer eso'. Yo le dije, '¿el qué?'. Y me contestó, 'esa cosa tan fea que tienes de pintarrapear a la gente", recuerda Steadman.¹⁶

Este relato dio apertura a lo que se conoce como periodismo *gonzo*, caracterizado por poner al periodista como protagonista del relato y viviendo las acciones en primera persona. En 1966, mismo año que Truman Capote presentaba *A sangre fría* y se atribuiría la creación de la novela de no ficción¹⁷, Tom Wolfe reconoció en *El nuevo periodismo* la incursión de Thompson para publicar *Los Ángeles del infierno: una extraña y terrible saga* en 1966. Wolfe redacta un párrafo lleno de fervor y cargado de adjetivaciones sobre Thompson al más puro estilo del nuevo periodismo:

¹⁶ Andrea Aguilar, «Y al quinto verano resucitó el escritor Gonzo», Página web de El País (23 ago. 2008): https://elpais.com/diario/2008/08/24/eps/1219559208_850215.html

¹⁷ Santiago Estrella, «Truman Capote o el periodismo como forma de tortura», Página web de El Comercio (28 sep. 2019): <https://www.elcomercio.com/actualidad/cultura/periodismo-forma-tortura-truman-capote.html>

Pero el Premio Cojones de Hierro para escritores independientes a jornada completa correspondió aquel año a un oscuro periodista de California llamado Hunter Thompson, que «rodó» con los Ángeles del Infierno durante dieciocho meses —como reportero y no como miembro, lo que habría resultado más seguro— con el objeto de escribir *Los Ángeles del Infierno: la Extraña y Terrible Saga de la Banda de los Motociclistas Proscritos*. Los Ángeles escribieron el último capítulo por él al dejarle medio muerto a golpes en un parador a cincuenta millas de Santa Rosa. A lo largo de todo el libro Thompson había estado buscando el ángulo psicológico o sociológico simple que le permitiese resumir todo lo que había visto, el simple y áureo *aperçu*; y mientras estaba allí tumbado en el suelo escupiendo sangre y dientes, la frase que perseguía le llegó como un relámpago desde el corazón de las tinieblas: « ¡Exterminad a todos los brutos! »¹⁸

En Iberoamérica el concepto de nuevo periodismo también ha sido incluido en esta corriente tanto por novelistas y poetas que ejercieron el oficio del periodismo en paralelo a su creación literaria. El programa cultural *En el medio* del canal gubernamental argentino Encuentro conducido por la periodista Gisela Busaniche elaboró una línea de tiempo de las obras y autores iberoamericanos que se dedicaron a escribir notas periodísticas con prestaciones estéticas de la literatura. Desde las crónicas de José Martí sobre el terremoto de Charleston en 1886, los reportajes de Rubén Darío datados en 1898 sobre la situación política en Europa, ambos como corresponsales del diario argentino “La Nación”, pasando por *La noche de Tlatelolco*, de la periodista mexicana Elena Poniatowska y *La pasión según Trelew*,

¹⁸ Tom Wolfe. *El Nuevo Periodismo*. (Barcelona: Anagrama 1973) ,41.

de Tomás Eloy Martínez publicados en 1971 y 1973 respectivamente, retratos literarios de la situación de violencia vivida a inicios de los años setenta en Argentina y México.¹⁹

Posteriormente, el 24 de junio de 1994 se creó la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) por iniciativa de Gabriel García Márquez, escritor referente del denominado *Boom* latinoamericano y ganador del premio Nobel de Literatura en 1982. La idea de crear una fundación de periodismo nació por las preocupaciones de *Gabo* en torno a la ética profesional, la rigurosidad y la calidad narrativa del oficio periodístico en Iberoamérica. «Para ser periodista hace falta una base cultural importante, mucha práctica, y también mucha ética», solía decir el escritor.²⁰ El 17 de abril del 2014 muere en la Ciudad de México el escritor colombiano nacido en Aracataca, Colombia el 6 de marzo de 1927 y la entidad pasa a ser la Fundación Gabo. En este nuevo ciclo realiza festivales, ponencias, talleres, premios, entre otras actividades con la finalidad de seguir aportando a la creación de espacios de práctica, capacitación y formación de nuevos periodistas, escritores y gestores culturales hasta la actualidad.

Un ejemplo más reciente del *nuevo periodismo* en Latinoamérica fue realizado por parte del periodista argentino Emilio Fernández Cicco, quien en el 2006 publicó *Yo fui un porno star y otras crónicas de lujuria y demencia*, un recopilatorio de crónicas en las que resalta ser el actor principal de un rodaje pornográfico bajo la tutela del reconocido director argentino de cine para adultos Víctor Maytland. Fernández Cicco denominó en la

¹⁹ El nuevo periodismo, «En el medio», serie documental rodada en 2010, Canal Encuentro, 28:28, acceso el 29 de julio de 2021, <http://encuentro.gob.ar/programas/serie/8103/1485>

²⁰ Fundación Gabo, «Acerca de la Fundación Gabo», Página web de la Fundación Gabo (2019): <https://fundaciongabo.org/es/institucion/acerca-de-la-fundacion-gabo>

introducción de esta publicación realizada por la editorial *El cuenco de plata* como periodismo *border* al género que combina la vivencia en bruto, el análisis salvaje y el fusilamiento público de celebridades.²¹

Juan Andrés Ferreira realizó una extensa investigación sobre Fernández Cicco para la revista *Galería* manifestando lo siguiente:

Hay quienes lo llaman "el Hunter Thompson argentino". Aunque Cicco lleva el periodismo gonzo de Thompson a otra escala. Una escala que surge de una mezcla de hartazgo y afán de experimentación y exploración. En cierta medida, el alumno aventajado de Thompson se vuelve heredero del David Foster Wallace cronista, el Wallace de Algo supuestamente divertido que nunca volveré a hacer, el de Arriba, Simba, el de Hablemos de langostas. Recurre a un lenguaje más dulce, si se quiere, aunque irreverente y hasta irrespetuoso. La técnica de Wallace -que no escatimaba en humor y en recursos de otras disciplinas- consistía en convertirse en "un enorme globo ocular que flota por encima de algo e informa de lo que ve" (la definición es de Wallace). La de Cicco, en cambio, es inmersiva. "Es como cuando te ponés un perfume. No sentís los demás perfumes. El border es ir a la nota sin perfume y olerlos a todos", comentó en una entrevista. Y de este modo, al igual que Wallace, desde una mirada tan inteligente como inocente, Cicco volvía interesante lo que a primera vista no lo era.²²

²¹ Emilio Fernández Cicco. *Yo fui un porno star*. (Buenos Aires: El cuenco de plata 2006), 9.

²² Juan Andrés Ferreira, « La historia de Cicco: de periodista, actor porno y sepulturero a místico musulmán », Revista Galería digital (9 ago. 2020): <https://galeria.montevideo.com.uy/Revista-Galeria/De-periodista-actor-porno-y-sepulturero-a-mistico-musulman-uc760762>

Esta última descripción del trabajo de Fernández Cicco, la cual establece el incremento de relevancia de acciones aparentemente sin interés a través de la redacción periodística, abre la posibilidad a comprender que las personas que realicen cualquier tipo de actividad puedan generar un contenido que pasando por un soporte editorial y de escritura creativa puede llevarse a un nivel de análisis más extenso. Esto sumado a la gran cantidad de redes sociales gratuitas que existen en la actualidad, la publicación sin las restricciones y formalismos del formato de crítica académica del arte y las líneas editoriales restrictivas en medios de comunicación masivos, hace posible que al navegar por internet nos encontremos con una crónica en *Facebook* sobre una mala experiencia en un centro cultural, una entrevista y foro abierto en una transmisión en vivo de *Instagram*, una reseña del último libro de la poeta de moda en *YouTube* o un reportaje completo acerca del panorama político mundial en un hilo de *Twitter*.

La publicación digital puede causar ciertas molestias al sector académico más conservador ya que en estas redes sociales no solo encontramos la posibilidad de darle seguimiento a contenidos independientes con potencial periodístico sino también a la opinología, desinformación, troleo, manipulación de la información, polarización de contenidos, justamente por ser un formato libre, sin restricciones “académicas” o editoriales. Nicholas Carr, reconocido escritor especializado en el análisis del impacto de la tecnología en la cultura, redactó en el 2008 el artículo *¿Está Google volviéndonos estúpidos? Qué le está haciendo Internet a nuestros cerebros* para la revista *The Atlantic*. En este texto manifestaba no solo el rol que cumple el internet sino también sus efectos nocivos tanto para el pensamiento cognitivo hasta afectaciones biológicas del ser humano:

El proceso de adaptación a nuevas tecnologías intelectuales se refleja en las cambiantes metáforas que usamos para explicarnos a nosotros mismos. Cuando llegó el reloj mecánico, las personas comenzaron a pensar que sus cerebros operaban “como mecanismos de relojería”. Hoy, en la era del software, hemos llegado a pensar que operan “como computadoras”. Pero los cambios, nos dicen las neurociencias, son mucho más profundos que la metáfora. Gracias a la plasticidad de nuestro cerebro, la adaptación se produce también en el nivel biológico.²³

Carr manifiesta su preocupación no solo de como la sociedad piensa respecto a su lugar frente a la llegada de nuevas tecnologías sino también como estas se están apropiando del comportamiento humano, definiendo sus rutinas y transformando la concepción del cerebro humano como un ordenador computarizado. El gran flujo de información y contenidos en redes y su formato dinámico, comprimido y concreto puede que responda a la forma en cómo se lee y se recibe pero también según la reflexión de Carr la inmersión tecnológica puede ser más profunda y con la finalidad de automatizar nuestra forma de pensamiento y acabaría mecanizando nuestro estilo de vida.

Por otra parte existen entusiastas académicos que reciben el espacio de publicación digital de manera positiva y como una infinidad de posibilidades. El libro *Escritura No-Creativa* del periodista y editor de *Pennsound*, el archivo poético de la Universidad de

²³ Nicholas Carr, «Is Google Making Us Stupid? What the Internet is doing to our brains», Página web de The Atlantic (2008): <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/306868/>

Pensilvania,²⁴ Kenneth Goldsmith, aborda los casos de algunos escritores que se han dedicado a procesos de escritura no convencionales como por ejemplo el de los exponentes de la poesía *flarf* una forma de escritura reciente que parte de los buscadores de internet para componer un poema apropiándose y *sampleando* lo que la red «anónima» y colectiva dice sobre un tema.²⁵

Goldsmith comenta lo siguiente:

Estos escritores son acaparadores de lenguaje; sus proyectos son épicos y reflejan la escala pantagruélica, colosal, de la textualidad en Internet. Aun cuando las obras tienen por lo regular una forma electrónica, a menudo hay alguna versión en papel que circula en revistas y fanzines, y que son compradas por bibliotecas y recibidas, comentadas y estudiadas por lectores de literatura. Y aunque esta nueva escritura tiene, es cierto, un brillo electrónico en sus ojos, se inspira en las ideas radicales del modernismo, solo que licuadas con la tecnología del siglo xxi; sus resultados son, claramente, analógicos... Lejos de ser una aceptación nihilista, resignada –o aun de franco rechazo– de una supuesta “esclavitud tecnológica”, esta literatura “no-creativa” está imbuida de un sentido de celebración, posee una mirada entusiasta hacia el futuro y entiende este momento histórico como lleno de posibilidades.²⁶

²⁴ University of Pennsylvania, «Department of English», Página web de University of Pennsylvania (2021): <https://www.english.upenn.edu/people/kenneth-goldsmith>

²⁵ Ignacio Ballester, «El flarf del narco», Blog de Poesía Mexicana Contemporánea (6 nov. 2016): <http://poesiamexicanacontemporanea.blogspot.com/2016/11/el-flarf-del-narco.html>

²⁶ Kenneth Goldsmith. *Escritura No-Creativa: Gestionando el lenguaje en la era digital* (Buenos Aires: Caja Negra Editora 2015), 25.

Goldsmith desafía algunos parámetros establecidos al enunciar a la no creatividad como algo positivo y entendiendo que algunos de estos procesos de escritura son técnicas ya exploradas por el movimiento modernista con elementos tecnológicos más contemporáneos. Manifiesta su deleite por el amplio espectro de información e investigación que representa la red comparándolo con un gran banquete gastronómico, pero también se enfoca en el lenguaje necesario para que esto sea posible. En una entrevista, Goldsmith recoge de manera concreta el papel de la simpleza del lenguaje y el rol que juega el periodismo como vehículo cultural e informativo:

A mi madre no le importa el arte. El último artista que le interesó fue Monet. En los círculos académicos y artísticos la gente se siente insegura y entonces hace las cosas difíciles de entender. El periodismo es lo contrario: coger cosas difíciles y hacerlas fáciles, que se entiendan. Esto es democrático, incluir a la gente en vez de excluirla. Y este es un problema que tiene el arte, la teoría, la filosofía. Por lo demás, muchos están más interesados en la inversión, en el mercado del arte que en el arte, porque eso sí lo entienden.²⁷

Encontramos dos acercamientos distintos en las visiones de Carr y Goldsmith, el primero reconoce el peligro que representa el internet en cuanto a la veracidad de la información, un elemento primordial en el ejercicio periodístico y las afectaciones negativas a la independencia cognitiva. Por otra parte Goldsmith brinda un panorama optimista en donde procesos poco explorados de escritura y los cientos de miles de manifestaciones

²⁷ Sergio C. Fanjul, «Este profesor universitario da clase de cómo perder el tiempo en Internet», Página web de El País (2 jun. 2017): https://elpais.com/elpais/2017/05/30/tentaciones/1496159021_539910.html

encontradas en línea pueden brindar herramientas para que la literatura explore nuevos campos creativos y de acción experimental.

El *nuevo periodismo* permitió a periodistas ir en contra de lo establecido por la tradición novelística, el *gonzo* se acercó aún más a romper barreras entre el periodismo de encargo y enriquecer la voz y protagonismo del redactor y el *border* a tomarse el lugar y la acción por completo. Esta cadena nos lleva a que un usuario cualquiera pueda levantar una acción periodística a través de plataformas digitales, sin restricciones de lenguaje, de manera inmediata, directa y complementadas con registros sonoros, fotográficos y audiovisuales. Pero cabe recalcar que esto no la aleja de los procesos de edición, categorización y línea editorial juegue un papel importante previo a su publicación final. Revisar brevemente estas posturas críticas y ramas periodísticas permite pensar en los procesos de escritura pero también en el lector contemporáneo, el cual tiene las herramientas tecnológicas para convertirse en un creador de contenido.

También, para el proceso investigativo de este proyecto fue de vital importancia rescatar los valores participativos e interactivos de Thompson, Wolfe y Fernández Cicco para innovar y ofrecer algo original en un medio saturado por novelistas en su momento. Más allá de las líneas temáticas que estos eligieron marcadas por drogas, rebeldía y contracultura, exaltamos su capacidad creativa, experimental y de exploración como punto de partida para repensar la carga literaria que poseen los géneros discursivos en la actualidad. Esto complementado al análisis crítico sobre el poder positivo y negativo que puede tener el internet en la cultura planteado por Goldsmith y Carr respectivamente suma recursos para expandir el marco en que se realiza este proyecto.

Otro académico que se interesó en la capacidad de interacción del público con los medios de difusión cultural fue Henry Jenkins, periodista y experto en comunicación social quien afirma lo siguiente sobre la circulación de información y participación del público como consumidor de la siguiente manera:

Esta circulación de los contenidos mediáticos (a través de diferentes sistemas mediáticos, economías mediáticas en competencia y fronteras nacionales) depende enormemente de la participación activa de los consumidores. Argüiré aquí en contra de la idea de que la convergencia debería concebirse principalmente como un proceso tecnológico que aglutina múltiples funciones mediáticas en los mismos aparatos. Antes bien, la convergencia representa un cambio cultural, toda vez que se anima a los consumidores a buscar nueva información y establecer conexiones entre contenidos mediáticos dispersos.²⁸

Es de esta manera como Jenkins expone el impacto social que puede tener determinado tipo de información al ser canalizado por un medio de comunicación en un entorno en el que la interacción del público es un factor protagónico y que tanto estos datos (publicaciones independientes, experimentales, foros, opinión, entre otros) alojados en espacios virtuales pueden llegar a converger con los medios informativos en un punto si son guiados de manera correcta y en base al soporte de una línea editorial conceptual. Los sitios web con el correcto uso de sus redes sociales como direccionadores de contenidos pueden provocar esta convergencia y motivar tanto la lectura de contenidos derivados de la cultura

²⁸ Henry Jenkins. *Cultura Convergente: cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. (Estados Unidos: Universidad de Nueva York 2006), 15.

como incentivar la escritura periodística de los lectores por medio de dinámicas, secciones de opinión, encuestas, convocatorias abiertas y sobre todo mediante un lenguaje inclusivo, amigable y participativo.

Uno de los referentes contemporáneos de convergencia entre *nuevo periodismo*, cultura, comunicación académica y publicación digital literaria es el periodista y escritor español Jorge Carrión. Quien ha teorizado este tránsito de contenidos culturales en plataformas poco exploradas por la comunicación académica tradicional. En diciembre del 2019 Carrión publicó el artículo *Un nuevo canon cultural en 10 objetos* en The New York Times en español, donde a través de su teoría de los Objetos Culturales Vagamente Identificados (OCVI) se promueven varios espacios innovadores y no tradicionales de publicación:

El periodismo ha distinguido durante los últimos cincuenta años entre lo ya aceptado como cultura (como la literatura o el cine) y las tendencias, que se encuentran en lentos procesos de aceptación (como la moda o la gastronomía). Durante esta década que concluye, esa división se ha difuminado hasta casi borrarse: existen muchas manifestaciones culturales —más allá de los libros, montajes teatrales, películas, series, videojuegos o exposiciones— que han dejado de ser tendencias y se han convertido rápidamente en cultura del más alto nivel. Aunque no sean reconocidas como parte del canon cultural de nuestra época, representan mejor que otros productos nuestra manera de re mezclar géneros y contar historias desde plataformas distintas. Les llamo Objetos Culturales Vagamente Identificados (OCVI), proyectos que trascienden las

categorías tradicionales y aún no son completamente estudiados por la academia (aunque empiezan a serlo), y que son relevantes en el modo en el que consumimos la cultura.²⁹

Esta publicación de Carrión ejemplifica como las redes sociales forman parte del quehacer cultural con gran protagonismo y también invita a la comunicación académica a explorar estas alternativas mediáticas para incluir sus contenidos. Los OCVI mencionados en este artículo ganan cientos de millones de visitas a diario al responder a las necesidades del consumidor cultural actual y demuestran que la viralidad mediática no es solo un sinónimo de «posteo de mierda» o títulos engañosos. Y tal como afirmó Carrión durante el ciclo de charlas y seminarios web que desarrolló la Fundación Gabo durante el Gran Foro de Artes, Cultura, Creatividad y Tecnología – GFACCT en noviembre de 2020 la innovación viene no solo del medio sino también por parte del oficio periodístico:

El periodista no solo debe ser consciente de la relevancia de este fenómeno, sino que debe buscar formatos que escapen a las viejas estructuras y puedan interpretar esa interdisciplinariedad que marca la cultura actual. Aquí las herramientas digitales toman relevancia para un periodista que busque innovar: “No todo es textual, visual o audiovisual. Hay otras formas de contar, por ejemplo, las historias de Instagram o el podcast³⁰

²⁹ Jorge Carrión, «Un nuevo canon cultural en 10 objetos», Página web de The New York Times (1 dic. 2019): <https://www.nytimes.com/es/2019/12/01/espanol/opinion/un-nuevo-canon-cultural-en-diez-objetos.html>

³⁰ Jorge Carrión, «5 claves para hacer periodismo cultural innovador, según Jorge Carrión», Página web de Fundación Gabo (26 dic. 2020): <https://fundaciongabo.org/es/noticias/articulo/5-claves-para-hacer-periodismo-cultural-innovador-segun-jorge-carrion>

Más allá del análisis, teoría, referentes, pensadores, académicos, entre otros que expresan sus posturas sobre literatura, nuevo periodismo y la publicación digital literaria existen artistas que han utilizado el internet como medio único de publicación y difusión de sus contenidos. Uno de los casos más sonados de los últimos años es el del escritor chileno Sergio Cortés quien bajo el nombre artístico de *El Borrador* publicó en el 2017 *Uberdriver* una historia que hace alusión a la famosa cinta *Taxi Driver* protagonizada por Robert de Niro pero en el contexto social chileno. A través de su muro de *Facebook* compartió fragmentos y entregas periódicas de su relato ganando seguidores y lectores. Esta gran popularidad lo llevó al ambicioso proyecto de filmar una adaptación cinematográfica en base a su historia. Pero no todo fue cuesta arriba ya que tuvo que enfrentar el mayor impedimento del artista independiente: el financiamiento económico.

El Borrador fracasó en su intención de ganar un fondo concursable por parte del Estado chileno y a pesar de no obtener la aprobación financiera por parte de la Corporación de Fomento de la Producción (Corfo) Cortés no se detuvo y lanzó un *crowdfunding* a mediados del 2020. *Uberdriver* lo logró y captó la atención de medios masivos como Tele13 quienes publicaron que el filme se convirtió en el primer proyecto cinematográfico en Chile financiado completamente por el público y un día antes de que venciera el plazo para poder participar en el financiamiento colectivo de la primera gran producción audiovisual chilena se reunieron \$105.730.000, un 105% del financiamiento.³¹

³¹ T13, «El sorprendente logro de Uberdriver: película chilena consiguió su financiamiento entre la gente», Página web de T13 (9 nov. 2020): https://www.t13.cl/noticia/tendencias/uberdriver-primera-pelicula-chilena-financiada-aportes-voluntarios-crowdfunding-09-11-2020?fbclid=IwAR2MtM3k5XetuGoKNOW-VVgURApmmQhUDm4fcdeFGEi7znmwH0_XHnu9bObA

La campaña mediática de *El Borrador* fue ampliamente aceptada partiendo de un producto literario publicado en una entrada de *Facebook* luego impulsado al cine a través de una campaña de financiamiento de sus seguidores. Una convergencia entre literatura y publicación digital la cual demuestra el impacto cultural que tienen los contenidos al contar con una línea editorial que contempló a las redes sociales y el internet como su único recurso. En la actualidad Sergio Cortés se incorporó a la tendencia del *streaming* y desarrolla foros y elabora textos en vivo en conjunto con sus seguidores a través de su canal de *Twitch*.

Si bien este proyecto no es desarrollado para la comunicación de contenidos culturales a gran escala, estos referentes sirven como punto de partida para proponer alternativas viables a pequeña y mediana escala y en base a las posibilidades reales del equipo de trabajo para llevarlas a cabo. Como aprendizajes puntuales se destacan la importancia de abordar el periodismo cultural y la comunicación desde la literatura, analizar modelos de difusión masiva de actividades artísticas y la generación de pensamiento crítico sobre la abundancia de contenidos en internet y su manejo responsable. Finalmente, este proyecto integrador transdisciplinario traza la ruta para la aproximación a un estilo de escritura colectiva, multiplataforma, transmediática y brinda un nicho de lectura dinámica y concisa y contribuye a generar espacios de ocio creativo dentro de una rutina marcada por la navegación en internet y el apego tecnológico.

Metodología

Perla Toro Castaño, periodista colombiana y magíster en estudio socio espacial plantea lo siguiente acerca del modelo de periodismo tradicional:

Sumergidos en un mar de términos donde se entremezclan la tecnología, el marketing, esa jerga tan propia de las industrias culturales, las nuevas manifestaciones de la economía, las narrativas transmediáticas, la innovación y claro está, la comunicación y el periodismo, nos preguntamos: ¿el modelo tradicional del periodismo, está en jaque? La respuesta se exhibe en un sí contundente.³²

Toro Castaño abre el debate para replantear las metodologías y la concepción del modelo de periodismo tradicional incluyendo factores claves relacionados a las nuevas tecnologías, la economía y el marketing. Para dar apertura a nuevos modelos de redacción periodística que respondan a estas demandas contemporáneas y puedan dar lugar a la convergencia de diferentes disciplinas, formatos y propuestas innovadoras se estableció una metodología de trabajo enfocada en la creación de una línea editorial, diseño gráfico, identidad visual, arquitectura de sitio web y categorización de contenidos de Haiku Media Ec.

La investigación sobre periodismo cultural y literatura establecida en el marco teórico, la revisión de varias iniciativas de periodismo cultural digital en el Ecuador

³² Perla Toro Castaño. *La Babel Digital: Pistas para un periodismo emprendedor*. (Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana 2018), 124.

evaluando sus potencialidades y problemas brindó los elementos para establecer una línea editorial coherente con los parámetros antes mencionados.

Esta pauta será llevada a cabo por un equipo de trabajo conformado por:

Jimmy Sáenz de Viteri: Editor y director general de contenidos.

Emilia Vega: Diseñadora gráfica, ilustradora digital y productora de contenidos audiovisuales.

Doménica León: Locutora y diseñadora de producción.

Juan Carlos Castro: Fotógrafo y consultor de concepto audiovisual.

Héctor Laje: Producción y edición de sonido.

Amir Llopis: Redactor y corrector de textos.

Belén Varela: Escritora creativa y editora de textos.

El proceso de selección de los integrantes del proyecto fue en base a la necesidad de cumplir con los diferentes formatos de publicación planteado por *Haiku Media Ec* y para crear productos coherentes con las nuevas exigencias del medio periodístico contemporáneo como cápsulas de video, podcasts, redacción periodística cultural, escritura creativa, ensayos sonoros, fotografías entre otros.

Finalmente con el grupo de colaboradores se realizaron 8 sesiones de trabajo semipresencial desde la semana del 3 al 9 de mayo hasta la del 2 al 8 de agosto del 2021, en dónde cada uno aportó desde sus saberes, intereses y posibilidades de colaboración en el

proyecto dando como resultado la definición de los contenidos escritos y multidisciplinarios a producir, receptar y editar.

Los textos escritos que se publicarán en *Haiku Media Ec* serán en los siguientes formatos: Reseñas, Noticias, Crónicas, Opinión, Entrevistas, Escritura Creativa, Reportajes.

Otros medios que se publicarán incluyen: Podcast, Fotografías, Galería.

El material será creado por el equipo de trabajo y las colaboraciones serán receptadas mediante convocatorias abiertas bajo un formato definido por la línea editorial. En el prototipo de sitio web se encontrará un modelo de publicación de cada una de las categorías el cual servirá como muestra del resultado final de las propuestas, colaboraciones y edición final de los contenidos alojados.

Capítulo 1:

Concepto y línea editorial

1.1 Concepto

«El haiku es una composición poética de origen japonés que consta de tres versos de cinco, siete y cinco sílabas respectivamente.»³³ Fernando Rodríguez-Izquierdo, filósofo español y estudioso de la cultura y la lengua japonesa, investigó y reconoció esta composición poética de la siguiente manera:

En el estrecho marco de sus diecisiete sílabas, el haiku trata de ser una ventana abierta a la realidad con un trasfondo de universo. Desde sus principios el haiku trató de expresar el significado de los fenómenos naturales más simples con la mayor variedad posible.³⁴

Haiku Media Ec parte del concepto de este estilo de poesía breve y concisa y establece paralelismos con los procesos de escritura contemporáneos en formato digital, los cuales limitan la cantidad de palabras para sus publicaciones y el redactor de un mensaje debe ser claro, conciso e incluir la mayor cantidad de información en la menor cantidad de caracteres posibles, por ejemplo cómo sucede en la plataforma *Twitter*. Esta compañía trató de solucionar el inconveniente del espacio disponible de publicación al extender el límite de 140 a 280 caracteres por publicación individual en septiembre del 2017. Aliza Rosen, gerente de

³³ Real Academia Española, «Diccionario de la lengua española», Página web de Real Academia Española (2021): <https://dle.rae.es/haiku>

³⁴ Fernando Rodríguez - Izquierdo y Gavala. *El haiku japonés Historia y traducción: Evolución y triunfo del haikai, breve poema sensitivo*. (España: Fundación Juan March 1972), 24

producción e Ikuhiro Ihara, ingeniero de programación del popular sitio web manifestaron lo siguiente en un comunicado oficial:

Queremos que todas las personas del mundo se expresen fácilmente en Twitter, por lo que estamos haciendo algo nuevo: vamos a probar un límite más largo, 280 caracteres, en los idiomas afectados por el abarrotamiento (que son todos excepto el japonés, el chino, y coreano).³⁵

Existe un dinamismo y velocidad en la información digital que se evidencia con las opiniones, pensamientos o noticias las cuales tienen un marco de caracteres limitado para ser publicados, similar a las estaciones del año, animales e imágenes poéticas características del haiku japonés que debían caber en diecisiete sílabas. El elemento que prima tanto en redes sociales como en este estilo de poesía asiático es el uso de un lenguaje conciso que brinde elementos para una valoración subjetiva por parte del lector la cual puede ser de carácter estética, informativa, entre otras.

El paralelismo resultante de estos conceptos enmarca al proyecto en la búsqueda y comunicación de información clara, dinámica, pero a su vez con raíces literarias y una poética de accesibilidad a contenidos sobre arte y cultura a todo público.

³⁵ Aliza Rosen, Ikuhiro Ihara «Giving you more characters to express yourself», Blog de Twitter (26 sep. 2017): https://blog.twitter.com/official/en_us/topics/product/2017/Giving-you-more-characters-to-express-yourself.html

1.2 Línea editorial

Haiku Media Ec es un sitio web que promueve la comunicación, crítica y divulgación de información relacionada a la gestión cultural y artística en sus diversas expresiones (obras, eventos, publicaciones, conciertos, entre otras), mediante la investigación y recopilación de datos para su posterior edición y publicación en formato digital en diferentes estilos de redacción escrita, sonora y audiovisual (reportaje, crónica, cápsulas de video informativas, ensayos sonoros, fotografía, entre otros).

Consiste en un proyecto transdisciplinario de investigación, escritura, edición y publicación colectiva que implementa las metodologías propias de cada una de las disciplinas involucradas partiendo desde la lectura y escritura y expandiéndola con prestaciones del cine, artes visuales, sonoras y sensoriales. La línea de investigación principal recae en los contenidos relacionados a cultura y arte alojados en la red para su verificación, re significación y re direccionamiento para promover la lectura de los mismos creando espacios de pensamiento crítico y transformando la rutina de navegación en línea en nichos de ocio creativo.

Los artículos, crónicas y reportajes encajan con el estilo del periodismo *gonzo* en el sentido abordar de manera directa de la noticia cultural y al brindar protagonismo al autor y a su percepción del hecho artístico. Al contar con un equipo de trabajo y un perfil de colaboradores ligado a la creación de contenidos culturales se garantizará que cada pieza publicada contenga elementos del área de investigación del autor. Haiku Media Ec no es un periódico con una primera plana, columnas rígidas y un presupuesto privado, es un portal

con la flexibilidad del formato digital, un equipo de trabajo que aborda la investigación desde la práctica artística de campo y con un presupuesto auto gestionado.

Los colaboradores podrán enfocarse en sus intereses y utilizar a *Haiku Media Ec* como una plataforma para comunicar su obra, investigación, relaciones públicas (eventos, charlas, conversatorios) y vehicularlos al tráfico de internet para su difusión. Al contar con una línea editorial definida se crearán contenidos que guarden coherencia con la misma. Las convocatorias e invitaciones serán de carácter permanente las cuales serán colocadas en el menú principal del sitio web y de manera periódica en redes sociales. Los detalles puntuales y específicos del funcionamiento de las mismas serán comunicados de manera directa con los solicitantes y serán expandidos en la sección de política editorial y responsabilidad profesional de este proyecto.

Eventos culturales ocurren a nivel mundial a diario y a través de la sección de noticias se garantizará una continuidad de publicaciones con una periodicidad constante y la variedad de disciplinas y la utilización de un lenguaje conciso y directo permitirá el acceso a la información cultural y artística a todo tipo de público.

1.2.1 Estilo

Esta sección tiene las siguientes finalidades: brindar recomendaciones de estilo para dinamizar los contenidos escritos y adaptarlos al formato en línea caracterizado por lecturas rápidas y concretas. También, varias normas de redacción, para guardar coherencia con la visión e identidad visual del sitio web. El idioma principal de las publicaciones subidas y compartidas en la página será el español, sin dejar de lado las apropiaciones, dialectos, jergas,

contracciones, acentos y licencias del lenguaje siempre y cuando estas sean aprobadas por el consejo editorial y no representan alguna ofensa, discriminación o discurso de odio.

Haiku Media Ec utilizará en sus publicaciones un estilo directo y conciso. Adoptar este estilo garantizará la fácil comprensión y economizará el uso de caracteres de acuerdo a las limitaciones de las redes sociales. También guarda coherencia con el concepto del haiku japonés caracterizado por una estructura concreta y minimalista cargada de imágenes e información. Mario Tascón, reconocido periodista con un amplio bagaje que incluye trabajo conjunto con la Fundación Gabo y la Presidencia de la Fundación del Español Urgente (Fundéu), coordinó con esta última la publicación del libro *Escribir en Internet: guía para los nuevos medios y las redes sociales* en la que brinda una serie de recomendaciones y directrices básicas para la publicación en redes acompañada de una valoración del papel que desempeñan el internet y los nuevos medios digitales en el periodismo y la comunicación contemporánea.

En la comunicación en internet a través de un dispositivo móvil, el usuario tiene una prioridad: transmitir algo rápido y fácilmente; pero también barreras, ya que el espacio del que se dispone en ocasiones es limitado. Por esa razón, a veces se emplean recursos que agilizan ese proceso: se abrevian las palabras, se usan iconos y se modifica la tipografía para reflejar el estado de ánimo en el mensaje.³⁶

³⁶ Mario Tascón. *Escribir en internet: guía para los nuevos medios y las redes sociales*. (España: Galaxia Gutenberg 2012), 27.

En conclusión, usar la guía de un manual de estilo garantizará el flujo de información con un lenguaje conciso, sin dejar de lado el concepto, línea, editorial y los diferentes recursos lingüísticos que se encuentran en la red digital.

1.2.2 Política editorial y responsabilidad profesional

Haiku Media Ec se define como un medio de comunicación digital independiente de difusión, crítica y creación artística en todas sus extensiones, tendencias y manifestaciones exceptuando discursos de odio, discriminación, racismo o cualquier expresión que promueva la violencia, segregación, integridad emocional y salud mental de sus lectores. El equipo de trabajo formará parte del consejo editorial y tendrá voz sobre los contenidos a ser investigados, tratados y posteriormente publicados. Se usará como referencia filosófica un fragmento de “La muerte del autor” de Roland Barthes el cual dice lo siguiente

...lingüísticamente, el autor nunca es nada más que el que escribe, del mismo modo que yo no es otra cosa sino el que dice yo: el lenguaje conoce un “sujeto”, no una “persona”, y ese sujeto, vacío excepto en la propia enunciación, que es la que lo define, es suficiente para conseguir que el lenguaje se “mantenga en pie”, o sea, para llegar a agotarlo por completo.³⁷

Este enunciado de Barthes clarificará el sentido del funcionamiento de este proyecto dedicado a la información, datos y el mensaje sobre la subjetividad del autor. Será responsabilidad de cada uno de los creadores de contenidos priorizar el derecho de la

³⁷ Roland Barthes. *La muerte del autor*. (Francia: Revista Manteia 1968), 3.

información del lector sobre disputas personales y la utilización de las publicaciones con fines maliciosos. Haiku Media Ec será el primero en responsabilizarse por cualquier reclamo acerca de uno de sus textos o autores del mismo.

1.2.3 Tratamiento de la información

Los creadores de contenidos, corresponsales, invitados y colaboradores transmitirán noticias comprobadas y verificadas por el consejo editorial. Toda información recabada, especialmente para reportajes, críticas, ensayos sonoros podrá contar con apreciaciones personales, opiniones y valoraciones estéticas, siempre y cuando no vayan en contra de la política editorial.

1.2.4 Tratamiento de la publicidad

Ningún interés publicitario afectará o influenciará la publicación de ningún tipo de contenido. Los anuncios serán de vital importancia para el mantenimiento y la sostenibilidad económica de nuestro sitio y deberán guardar coherencia con la línea editorial y tener un formato atractivo para el lector sin contaminar visualmente su experiencia de navegación. Haiku Media Ec no publicará ningún tipo de publicidad de partidos políticos bajo ningún término.

Noticias

Este texto informativo será publicado utilizando el formato clásico de la pirámide invertida. Los hechos serán redactados iniciando por el de mayor a menor interés y la información principal será destacada en el título. Se tratarán de responder en el primer párrafo

las preguntas del ¿Qué? ¿Quién? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué? También, se podrá despejar estas incógnitas en los párrafos complementarios con la intención de atraer el interés del lector más no de crear un título engañoso o *clickbait* (anzuelo de clics) que no contenga la información ofrecida en el titular. Todas las noticias compartidas serán revisadas y verificadas por el consejo editorial. El formato sugerido para hacer llegar los textos será en un archivo de *Word* que contenga: título, subtítulo, resumen (un párrafo), información de contacto del autor y con una extensión mínima de 500 palabras y máximo de 1500.

Entrevistas

El entrevistador presentará al consejo editorial el cuestionario de preguntas a realizar y luego de ser revisado podrá extenderse al entrevistado en caso de ser un diálogo por escrito. En el caso de podcast o transmisiones en vivo se notificará por escrito al invitado de que todo el material sonoro grabado podrá ser utilizado para su publicación y solo se omitirán temas de sensibilidad, integridad social y/o emocional, o problemas de dicción solicitados por el entrevistado. El formato sugerido para hacer llegar el material escrito será en un archivo de *Word* que contenga: título, subtítulo, resumen (un párrafo), información de contacto del autor y entrevistado con una extensión mínima de 500 palabras y máximo de 1500. En el caso de podcast o audio y video será a través de una nube (*google drive, we transfer*).

Reportajes

A diferencia de la noticia, el reportaje puede enfocarse en puntos de interés de su autor realizando una validación, recomendación o análisis de un personaje, lugar, evento o acontecimiento sin parámetros de inmediatez o temporalidad específica. Debe guardar coherencia con la línea editorial y puede usar elementos como la escritura, imágenes,

fotografía o video. El formato sugerido para hacer llegar el material escrito será en un archivo de Word que contenga: título, subtítulo, resumen (un párrafo), información de contacto del autor y lugar, personaje, evento o acontecimiento a destacar, con una extensión mínima de 500 palabras y máximo de 1500. En el caso de contenidos en audio y video será a través de una nube (google drive, we transfer).

Crónicas

La crónica presenta una hibridación de la subjetividad del autor, un hecho de interés y la información destacada de un reportaje. Corresponsales, colaboradores o invitados podrán realizar una interpretación de una vivencia o acontecimiento presencial cultural con libertades de estilo, lenguaje y tono coherentes con la línea editorial. El formato sugerido para hacer llegar el material escrito será en un archivo de Word que contenga: título, subtítulo, resumen (un párrafo), información de contacto del autor y el motivo, razón y circunstancia de la crónica con una extensión mínima de 500 palabras y máximo de 1500. En el caso de contenidos en audio y video será a través de una nube (google drive, we transfer).

Opinión

Los artículos de esta sección contarán con libertad de redacción total, siempre y cuando las opiniones vertidas se ajusten a la política editorial y las fuentes, citas, testimonios o cualquier tipo de anexo sean verificadas. En caso de ser aprobados, el consejo editorial garantizará la mayor fidelidad del texto digital para su digitalización web. Los textos serán firmados por sus autores respectivos. El formato sugerido para hacer llegar el material escrito de opinión será en un archivo de Word que contenga: título, subtítulo, resumen (un párrafo), información de contacto del autor y el motivo, razón y circunstancia de la columna de opinión

con una extensión mínima de 1000 palabras y máximo de 2000. En el caso de contenidos en audio y video será a través de una nube (*google drive, we transfer*).

Reseñas

Esta es la convergencia entre crítica, análisis, opinión y reportaje. El material a reseñar, sea este discográfico, cinematográfico, escénico, literario, audiovisual o pictórico, deberá guardar coherencia con la línea editorial y dar apertura al debate e intercambio de información con los lectores más que una conclusión definitiva, unilateral y sentenciosa.

El formato sugerido para hacer llegar el material escrito de reseña será en un archivo de Word que contenga: título, subtítulo, resumen (un párrafo), información de contacto del autor y el contenido a analizar con una extensión mínima de 500 palabras y máximo de 1500. En el caso de contenidos en audio y video, *unboxings*, entre otros, será a través de una nube (*google drive, we transfer*).

Escritura creativa

Textos de narrativa de ficción serán publicados sin importar la temática o estilo de su autor. Luego de pasar por el consejo editorial se brindará el soporte para su adaptación digital web con la menor cantidad de alteraciones posibles. Los textos serán de total propiedad de sus autores y se divulgarán con su consentimiento explícito. Cuentos, micro cuentos y ensayos son las categorías que se receptorán por medio de convocatorias abiertas y cartas de invitación. El formato sugerido para hacer llegar el material literario será a través de un archivo de Word que contenga: título de la obra, información de contacto del autor y en caso de solicitarlo algún tipo de soporte visual (foto, ilustración, dibujo). No tendrá mínimo, solo

un máximo de 2000 palabras, deberá ser firmado por su autor al final del mismo y ser aprobado por el consejo editorial.

Fotografías

Todo material fotográfico utilizado para las publicaciones podrá contar con retoques y proceso de edición por parte de su autor, pero no podrá manipularse de ninguna manera algún acontecimiento noticioso o alteraciones de facciones anatómicas con intenciones maliciosas. En caso de collages deberá figurar el nombre del autor. Toda imagen incluida llevará un pie de foto en la parte inferior de la misma y dar los créditos correspondientes en caso de ser cortesías. Los retratos o ilustraciones con contenidos sensibles deberán ser contextualizados y aprobados por el consejo editorial y llevarán una nota al inicio de la publicación que advierta sobre una posible afectación visual al lector.

El formato sugerido para hacer llegar el material fotográfico será a través de una nube (*Google Drive, We Transfer*) que contenga: título, subtítulo, resumen (un párrafo), información de contacto del autor, una carta asumiendo la autoría de las imágenes y tener los derechos de uso de éstas. En caso de incluir un texto será con una extensión mínima de 500 palabras y máximo de 1500. La resolución y otros detalles técnicos serán acordados entre el colaborador y el miembro del equipo encargado de esta área de acuerdo a los requerimientos de ambas partes.

Galería

Esta sección albergará expresiones visuales diversas como collages, ilustraciones, pinturas, entre otras. Se publicará acorde al flujo de artistas que respondan nuestra

convocatoria o se contacten vía correo electrónico o redes sociales. El formato sugerido para hacer llegar el material visual será a través de una nube (*Google Drive, We Transfer*) que contenga: título, subtítulo, resumen (un párrafo), información de contacto del autor, una carta asumiendo la autoría de las imágenes y tener los derechos de uso de éstas y en caso de incluir un texto será con una extensión mínima de 500 palabras y máximo de 650. La resolución y otros detalles técnicos serán acordados entre el colaborador y el miembro del equipo encargado de esta área de acuerdo a los requerimientos de ambas partes.

Podcasts

Las publicaciones sonoras se ejecutarán en los siguientes formatos: ensayos sonoros, lectura dramatizada y variedades. Las temáticas, invitados y locutores serán decididos por el consejo editorial y se usarán guiones y soportes escritos para su edición y grabación. La plataforma a utilizar de manera remota será *ZenCastr* una herramienta que permite grabar pistas de audio individuales a distancia garantizando calidad e independencia de sonido. *Ableton* será el programa de grabación y edición a emplear en formato presencial sumado a los micrófonos, consolas, interfaz y computadoras portátiles. Anchor será la plataforma de distribución a plataformas de streaming (*Spotify, Apple music, Youtube, Google Podcast*). La clasificación de los podcast será: *El cuarto rojo* lectura dramatizada, *Sala de ensayo* análisis y ensayos sonoros y *El refrito* variedades, serán los títulos y temáticas de cada uno de los estos espacios.

Encuestas

La recaudación de datos e información y las dinámicas interactivas en redes sociales se harán con la aprobación previa del consejo editorial. En caso de ser parte de una campaña

publicitaria pagada no se utilizará de ninguna manera información personal de nuestros lectores y suscriptores con finalidades comerciales. Las encuestas se realizarán mayoritariamente por redes sociales y en formularios certificados generados por *Google Docs*.

Si bien el consejo editorial tendrá voz y voto en la aprobación y sugerencia de contenidos, no será de participación obligatoria para no ejercer una sobre carga de trabajo que ponga en riesgo la sostenibilidad del proyecto y sus esfuerzos y contribuciones canalizados a la producción de contenidos.

Capítulo 2

Identidad visual, arquitectura, funcionamiento y difusión del sitio web

2.1 Logotipo e identidad visual

El escritor y periodista David Foster Wallace, en una entrevista de 1997 con Charlie Rose, realiza una descripción de su persona ensayística como «básicamente un enorme globo ocular flotando alrededor de algo, informando lo que ve». ³⁸

Es de esta metáfora de Foster Wallace que se adapta el concepto de un ojo que levita e informa lo que observa para el diseño y conceptualización del logotipo e identidad visual de Haiku Media Ec. Esta ilustración es coherente a la línea editorial caracterizada por ser clara, corta y concisa al utilizar trazos definidos y brindar una figura reconocible al lector.

La poesía concreta es conceptualizada por un estudio preliminar realizado por el poeta argentino Jorge Santiago Perednik el cual expone que esta terminología parte de la oposición de la tradición abstracta³⁹, es decir que no parte de abstracciones o interpretaciones sino de una imagen con un mensaje claro y concreto. En conjunto para la realización de la identidad visual de Haiku Media Ec se parte del concepto de visión y comunicación del globo ocular metafórico de Foster Wallace realizado con una diagramación no abstracta y que utiliza la filosofía de la poesía concreta como referencia principal la cual da como resultado una

³⁸ Ralph Clare. *The Cambridge Companion to David Foster Wallace*. (Estados Unidos: Cambridge University Press 2018), 36.

³⁹ Jorge Santiago Perednik. *Poesía concreta*. (Argentina: Centro Editor de América Latina 1982), 3.

metáfora conceptual de observación amplia e investigación profunda que se combina con un modelo de comunicación con poética concisa.

Para llegar al logotipo definitivo se trabajó con la diseñadora Emilia Vega quien receptó tanto los conceptos de poesía concreta como la metáfora de Foster Wallace y diseñó una ilustración que encapsulara esa idea de una mirada sobre contenidos claros, concisos y legibles. A través de mesas de trabajo se descartaron varias versiones, con una propuesta de paleta de colores y tipografía inicial. La selección de la forma circular del globo ocular responde a la presencia mayoritaria de esta figura geométrica para imágenes de perfil en redes sociales como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. Los detalles específicos detrás de la imagen de *Haiku Media Ec* serán recogidas en un manual de identidad visual y se podrá visualizar en portadas, imágenes de perfil y diferentes piezas gráficas del sitio web y redes sociales. El logotipo creado para *Haiku Media Ec* quedará a disposición de futuras variantes como animación en tres dimensiones, apropiaciones creativas (*fan arts*, rediseño para afiches, entre otros) y redimensión por requerimientos de redes sociales o participaciones externas como alianzas comunicativas o cobertura de eventos.

2.2 Arquitectura del sitio web

Tim Berners-Lee, científico británico, al cual se le atribuye la invención de la *World Wide Web* (WWW) en 1989, mientras trabajaba en el Consejo Europeo de Investigación Nuclear (CERN por sus siglas en francés). La web se concibió y desarrolló originalmente para satisfacer la demanda de intercambio automatizado de información entre científicos de

universidades e institutos de todo el mundo.⁴⁰ Desde sus inicios la web fue concebida como respuesta a la necesidad de compartir datos y hoy en día se ha posicionado como la principal herramienta de adquisición, transmisión y almacenamiento de información de manera masiva y global.

Darcy DiNucci acuñó en 1999 el término Web 2.0 vaticinando el auge de las redes como una extensión más allá de pantallas de texto y gráficos de su antecesora Web 1.0 «caracterizada por un carácter estático, informativo y expositivo y que llegaría a teléfonos celulares, teléfonos y hasta el salpicadero de un coche.»⁴¹ La web 2.0, en cambio, permite compartir información, comentar e interactuar con los contenidos y el resto de usuarios. Esta premonición de DiNucci recoge los elementos de la web que desea implementar *Haiku Media Ec* utilizando como recurso principal la viralidad de información y la democratización de dispositivos tecnológicos para acceder a la red. Esto a su vez es una oportunidad de mayor interacción, colaboración y participación conjunta entre medios y lectores rememorando el estallido de la web 2.0 plagado de blogs, sitios independientes, interactivos y con contenidos novedosos.

Es por eso que *Haiku Media Ec* ha diseñado una página en línea con estas características que genere una cantidad de interacción, colaboración y contenidos que a mediano y largo plazo almacenará esta información en un repositorio informativo. El dominio principal de la plataforma de *Haiku Media Ec* se alojará en el generador de

⁴⁰ CERN, «The birth of the Web», Página web de CERN (2021): <https://home.cern/science/computing/birth-web>

⁴¹ Darcy DiNucci - *Fragmeted Future*. (Estados Unidos: Print Magazine 2003), 2.

contenidos y herramienta de creación de páginas web *Wordpress*. Aquí se aplicarán los insumos gráficos como logotipo, banners e ilustraciones con fines estéticos y se distribuirán las secciones y contenidos anclados en barras de menú.

El menú principal incluirá las categorías de los textos escritos y transdisciplinarios y botones de información sobre el proyecto, información de contacto y acceso a la red de colaboradores y convocatorias. Los *widgets* de *Wordpress* permitirán dirigir a los lectores a redes sociales. Las publicaciones contarán con una caja de comentarios habilitada para propiciar la interacción de los lectores y la información de contacto del autor de la misma para dar seguimiento a su trabajo, redes sociales y obra previa.

2.3 Difusión y promoción del sitio web

Se crearán perfiles públicos en *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, y *Tik Tok* los cuales están incluidos en la página web mediante hipervínculos y widgets. Estas redes permitirán vincular los contenidos al sitio web y generarán interacciones directas y una retroalimentación sobre el trabajo realizado. Spots publicitarios y podcast se incrustarán por medio de enlaces en plataformas de streaming como *Spotify* y *YouTube*.

Para brindar soportes adicionales y más personalizados se crearán listas de difusión en *Whatsapp*, *Telegram* y *Gmail* con suscripción previa para aquellos lectores que deseen recibir notificaciones de manera directa sobre los contenidos a publicarse. Finalmente se habilitará una cuenta en *Tap Bio*, *LinkTree* y *Bitly*. El primero sirve para direccionar diferentes publicaciones con un solo click, el segundo es un árbol de enlaces que permite incluir diferentes contenidos facilitando la navegación del usuario y el tercero es un

recortador y tabulador de enlaces que permite sintetizar la difusión de las publicaciones y llevar un conteo exacto del número de interacciones. Todas estas herramientas antes mencionadas son gratuitas y funcionan con una misma cuenta de correo electrónico lo cual agiliza la recepción de información y la colaboración entre perfiles.

Se plantea llegar a una periodicidad diaria en la sección de noticias y el resto de categorías funcionarán en base a una planificación editorial dictada por el volumen de contenidos generados. Al tratarse de una iniciativa auto gestionada y sin un presupuesto base este sistema ha sido el elegido por el equipo de trabajo. Futuras actualizaciones en esta disposición será en base a la aceptación de los contenidos, captación de auspiciantes e inversión individual en pautas publicitarias en redes sociales.

2.4 Ejemplos del contenido de Haiku Media Ec

Entre los textos elaborados para esta propuesta de comunicación cultural se encuentra *Ser mujer en redes sociales* de autoría de nuestro colaborador Javi Heuman desde la ciudad de Rosario en Argentina. Siguiendo los pasos del periodismo de inmersión, Javi se adentra a la web y se hace pasar por mujer en redes sociales. Cambia sus facciones y adopta la identidad de Javiera. Para evidenciar en carne propia el acoso que sufren sus amigas y conocidas, Javi redacta una crónica de todo el proceso y sus experiencias vividas respaldadas de fotos, capturas de pantallas y con personajes perturbadores. Javi no es periodista de profesión, pero con el soporte editorial brindado por *Haiku Media Ec* pudo estructurar un texto coherente, organizado, verosímil y una historia que probablemente hubiera quedado como una simple anécdota pudo ser resignificada y publicada para más lectores.

También, el ensayo *Hollywood, Borges, Asimov y las leyes de control humano*, de mi autoría, fue un texto generado en cuarentena y en este se genera una aproximación tanto a conceptos de académicos como Gilles Deleuze y Jorge Luis Borges hasta textos de Isaac Asimov, la etimología de la palabra robot, los sistemas de control en la pandemia, mitos cabalísticos, entre otros tópicos encontrados en internet como artículos de prensa, blogs y fragmentos de poesía. Combinar estos elementos antes mencionados brinda una hibridación al texto final el cual gana valor al ser constituido por diferentes fuentes de información.

Para la sección de podcast se generaron tanto ensayos sonoros, guiones y breves descripciones de las temáticas a tratar. En el área de escritura creativa Belén Varela aporta con varios cuentos cortos de su autoría y Amir Llopis redactó un artículo de opinión sobre el ocio creativo y la obra de Arthur Clark. El fotógrafo peruano Carlos Vizconde contribuyó con una serie de fotos sobre la escena punk de la ciudad de Lima acompañada de un texto en donde narra su experiencia desde ese punto geográfico. La banda Tayos Tayos Tayos comparte mediante una entrevista sus procesos creativos y el concepto detrás de su música. El artista visual Iván Casanova cuenta en primera persona su travesía como ilustrador durante la pandemia y nuevamente con el soporte editorial brindado por este proyecto pudo verbalizar y crear un hilo narrativo que complementa su trabajo pictórico.

Estas son solo breves descripciones de la puesta en marcha de nuestra línea editorial y del trabajo literario, editorial e investigativo detrás de este proyecto. Tanto estos textos como la aplicación de todos los elementos descritos e investigados para este trabajo colectivo pueden ser revisados en el prototipo de sitio web de *Haiku Media Ec* disponibles en el siguiente enlace: www.haikuec.wordpress.com.

Conclusiones

Luego de meses de trabajo en conjunto se logró establecer las bases de un proyecto que busca ser sostenible y se desarrolló una metodología acorde que acogió a las diferentes disciplinas involucradas. La estructura literaria y editorial fue el punto de convergencia de todas las propuestas realizadas por el consejo editorial y colaboradores provenientes de diferentes áreas artísticas.

El contexto actual del periodismo cultural en el país, el consumo de lecturas en formato digital y las redes sociales como epicentro de infinitas fuentes de información dieron apertura a una línea editorial que se adaptó a estos parámetros sin dejar de lado la calidad y la investigación detrás de las piezas creativas desarrolladas. El uso del “lenguaje de internet” el cual posee licencias gramaticales y ortográficas sumadas a incorporaciones visuales como emoticonos, memes e hipervínculos planteó un reto para encontrar un punto medio entre la información corta, clara y concisa y la no omisión de cita de fuentes e información verificada. Para el desarrollo del sitio web se exploró diferentes lenguajes, como el de programación informática y los tecnicismos propios de las diferentes disciplinas que convergieron en *Haiku Media Ec.* Se diseñó una primera versión de página web utilizando códigos, enlaces e hipervínculos y se realizó un proceso editorial no solo de textos escritos sino también de piezas sonoras, fotografías y más. Estos resultados positivos se deben a comprender a este proyecto como un medio de literatura expandida que busca la democratización de los contenidos culturales como un derecho constitucional y obligación estatal y crear espacios virtuales de lectura y ocio creativo.

Durante mi tránsito como estudiante en la Escuela de Literatura de la Universidad de las Artes pude presenciar muchas carencias tanto en su programa de estudios, el cual no posee ni plantea el interés de itinerarios especializados en periodismo cultural y comunicación. Una metodología para la obtención de productos literarios como edición y maquetación de textos en aulas sin equipos óptimos como impresoras, cortadoras y computadoras con las características necesarias para programas de edición y diagramación de textos. La falta de comunicación con los intereses de los estudiantes que buscan experimentar áreas diferentes a la producción de poesía, ensayo y narrativa y que desarrollen proyectos y productos artísticos relacionados a periodismo cultural y comunicación de agendas artísticas que brinden espacios para la práctica de redacción de textos escritos como la reseña, entrevista y reportajes. Este mismo proyecto empezó como una revista impresa pero que por las falencias antes mencionadas tuvo que evolucionar y adaptarse al formato digital.

Decidí que mi inconformidad no quede como una simple queja olvidada en mi muro de *Facebook* o en un reclamo por escrito archivado en la base de datos de la universidad y se transformó en un análisis y debate abierto sobre el estado de los canales comunicativos culturales de universidades públicas y privadas en el país como la Universidad de las Artes y la Universidad San Francisco de Quito. A esto se suma un grupo de trabajo, quienes se identificaron con la idea de presentar tanto una crítica constructiva en esta tesis fundamentada y acompañada de una propuesta viable que contenga de manera concreta y visible sugerencias y formatos alternativos que sumen al periodismo cultural ecuatoriano y abran un portal para que diferentes artistas converjan y sus propuestas transiten en línea con un soporte editorial y retroalimentación de sus pares y la comunidad.

La Universidad de las Artes cuenta con diferentes áreas como el Departamento de Comunicación, El Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura y una alianza estratégica con la Conferencia Cumulus, de las cuales pude ser parte como editor, redactor, periodista, corresponsal, *community manager*, entre otros roles, que me permitieron obtener herramientas no disponibles en las aulas de clase como equipos para hacer pruebas de impresión, computadoras óptimas con programas de edición y diagramación, la práctica constante de escritura de géneros discursivos como la crónica, el ensayo y la reseña, además de relacionarme con profesionales capacitados en áreas como periodismo, redacción y diseño web, veedores de instituciones externas, organizaciones internacionales bilingües. Esta serie de experiencias fueron aplicadas para este proyecto de titulación. En conclusión estas herramientas fueron adquiridas mediante la búsqueda de conocimientos no disponibles en las aulas y ausentes en el programa de estudios de la Escuela de Literatura y por mi intención de realizar periodismo cultural de campo e inmersión.

La recopilación de un volumen considerable de textos para *Haiku Media Ec* fue otro de los mayores aprendizajes de esta tesis, este proceso se dio al abrir espacio a autores, dado a que no todos están ligados a la escritura académica o a la redacción periodística y fue gracias al trabajo en conjunto y las directrices de la línea editorial que artistas visuales y fotógrafos se lanzaron a escribir y transmitir sus experiencias. El material sonoro y audiovisual fue otro de los productos creativos, que tal vez sin despegarse del formato clásico o del perfil de un egresado en literatura, no hubieran sido posibles de obtener. Los formatos interdisciplinarios son muy importantes en la producción artística contemporánea al abrir nuevos campos de investigación y expandir la literatura a nuevas áreas de acción.

El periodismo de inmersión, sea este *nuevo periodismo*, *gonzo* o *border*, requiere de compromiso en la labor escrita y literaria, pero también de abrirse a la experimentación, el trabajo de campo y la utilización de recursos de otras disciplinas. Hoy en día se trata de conocer los elementos propios de la obra artística, pero también de como encaminarla en un mundo digitalizado, de información rápida y concisa, de oferta y demanda.

Este es un proyecto de largo aliento, todo lo investigado, trabajado y obtenido para *Haiku Media Ec* servirá de plan piloto para la captación de fondos públicos o privados para su funcionamiento posterior, perfeccionamiento y fortalecimiento de sus contenidos, grupo de trabajo, línea gráfica, posicionamiento en el tráfico de redes y una identidad de marca que se pueda relacionar con arte, cultura y patrimonio y de manera paralela con innovación, practicidad y democracia informativa.

Para los sectores académicos más conservadores mi aprendizaje luego de este proyecto podría resultar labia innecesaria, pero *Haiku Media Ec* es solo una excusa para abrir el debate sobre la realidad del periodismo cultural en el país y la necesidad de que sea fortalecido e incluido en las conversaciones sobre arte, cultura y patrimonio no como algo distinto a la literatura sino que nace y se relaciona de la misma para su gestión, desarrollo y difusión. La democratización de la información, la internacionalización de contenidos culturales producidos en el país y generar un nicho para nuevos artistas podría ser también un pensamiento ambicioso, descabellado o un imposible, tal vez como hace unos años atrás una universidad con carreras especializadas y la educación pública en artes y de calidad sea una propuesta utópica y hoy en día sea una realidad y un derecho constitucional.

Las aulas de colegios y universidades deben formar artistas y público que recepte, entienda y consuma actividades artísticas. La creación de productos culturales debe ser paralela a la de sistemas de promoción adecuados e iniciativas que incluyan a estudiantes y artistas en formación en un contexto dominado por dispositivos tecnológicos y redes sociales. Es aquí donde tratará de ingresar *Haiku Media Ec*, como una opción que se sume desde la comunicación y el periodismo cultural y comparta los aprendizajes y experiencias adquiridos luego de la investigación, aplicación y presentación de un modelo de medio comunicativo de este proyecto.

Luego de completar el plan piloto, *Haiku Media Ec* podría diseñar talleres para unidades educativas compartiendo los resultados de esta investigación y sumar nuevas colaboraciones, crear plazas de prácticas pre profesionales mediante acuerdos institucionales que contribuyan a la redacción de textos e inmersión de campo a estudiantes y artistas en formación, y difundir el rol que juega la literatura en la comunicación y periodismo cultural para que este posea componentes como figuras retóricas, narración novelística y glosario poético y que las actividades derivadas de la gestión cultural sean apreciadas, conocidas y verbalizadas desde un lenguaje artístico. Estas son algunas de las posibles aplicaciones viables de los aprendizajes obtenidos en este proyecto con elementos tangibles, teóricos e institucionales, pero también con la esperanza de sopesar el medio precario y la crisis socioeconómica que vive el sector artístico en el país.

Bibliografía

- Aguilar, Andrea. «Y al quinto verano resucitó el escritor Gonzo», *Página web de El País* (23 ago. 2008): https://elpais.com/diario/2008/08/24/eps/1219559208_850215.html
- Barthes, Roland. *La muerte del autor*. Francia: Revista Manteia, 1968, 3.
- Ballester, Ignacio «El flarf del narco», *Blog de Poesía Mexicana Contemporánea* (6 nov. 2016): <http://poesiamexicanacontemporanea.blogspot.com/2016/11/el-flarf-del-narco.html>
- C. Fanjul, Sergio «Este profesor universitario da clase de cómo perder el tiempo en Internet», *Página web de El País* (2 jun. 2017): https://elpais.com/elpais/2017/05/30/tentaciones/1496159021_539910.html
- Carrión, Jorge. «Un nuevo canon cultural en 10 objetos», *Página web de The New York Times* (1 dic. 2019): <https://www.nytimes.com/es/2019/12/01/espanol/opinion/un-nuevo-canon-cultural-en-diez-objetos.html>
- Carrión, Jorge. «5 claves para hacer periodismo cultural innovador, según Jorge Carrión», *Página web de Fundación Gabo* (26 dic. 2020): <https://fundaciongabo.org/es/noticias/articulo/5-claves-para-hacer-periodismo-cultural-innovador-segun-jorge-carrion>
- Carr, Nicholas «Is Google Making Us Stupid? What the Internet is doing to our brains», *Página web de The Atlantic* (2008): <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/306868/>
- CERN, «The birth of the Web», *Página web de CERN* (2021): <https://home.cern/science/computing/birth-web>
- Clare, Ralph. *The Cambridge Companion to David Foster Wallace*. Estados Unidos: Cambridge University Press. 2018, 36. Edición en PDF.
- Coba, Gabriela. «La importación de celulares y computadoras crece en Ecuador», *Página web Primicias* (13 dic. 2020),

<https://www.primicias.ec/noticias/economia/importacion-celulares-computadoras-crece-ecuador-covid/>

Cortés, Carmen. «¿Qué significa para la UArtes su institucionalización?». *Página web de la Universidad de las Artes* (8 dic. 2020): <http://www.uartes.edu.ec/sitio/blog/2020/12/09/que-significa-para-la-uartes-su-institucionalizacion/>

DiNucci, Darcy - *Fragmated Future*. Estados Unidos: Print Magazine, 2003, 2. Edición en PDF.

El nuevo periodismo, «En el medio», serie documental rodada en 2010, Canal Encuentro, 28:28, acceso el 29 de julio de 2021, <http://encuentro.gob.ar/programas/serie/8103/1485>

Estrella, Santiago. «Truman Capote o el periodismo como forma de tortura», *Página web de El Comercio* (28 sep. 2019): <https://www.elcomercio.com/actualidad/cultura/periodismo-forma-tortura-truman-capote.html>

Fernández Cicco, Emilio. *Yo fui un porno star*. Buenos Aires: El cuenco de plata, 2006), 9.

Ferreira, Juan Andrés «La historia de Cicco: de periodista, actor porno y sepulturero a místico musulmán». *Revista Galería digital* (9 ago. 2020): <https://galeria.montevideo.com.uy/Revista-Galeria/De-periodista-actor-porno-y-sepulturero-a-mistico-musulman-uc760762>

Fundación Gabo, «Acerca de la Fundación Gabo», *Página web de la Fundación Gabo* (2019): <https://fundaciongabo.org/es/institucion/acerca-de-la-fundacion-gabo>

Fundamedios, «500 trabajadores son desvinculados de la Empresa Medios Públicos del Ecuador», *Página web Fundamedios* (24 jul. 2020), <https://www.fundamedios.org.ec/alertas/edison-despido-medios-publicos/>

García de Francisco, Alicia. «Superman va al supermercado: Cuando Mailer se encontró con Kennedy». *Página web de Chicago Tribune* (25 dic. 2014): <https://www.chicagotribune.com/hoy/ct-hoy-8427313-superman-va-al-supermercado-cuando-mailer-se-encontro-con-kennedy-story.html>

Goldsmith, Kenneth. *Escritura No-Creativa: Gestionando el lenguaje en la era digital*. Buenos Aires: Caja Negra Editora, 2015, 25. Edición en PDF.

Instituto Latinoamericano de Investigación en Artes, «Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura, en marcha». *Página web del Instituto Latinoamericano de Investigación en Artes* (30 jun. 2020): <http://ilia.uartes.edu.ec/observatorio-de-politicas-y-economia-de-la-cultura-en-marcha/>

J. Villa, María. *El periodismo cultural: Reflexiones y aproximaciones*. Tenerife: Revista Latina de Comunicación Social número 6, 1998, 1. Edición en PDF.

- Jenkins, Henry. *Cultura Convergente: cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Estados Unidos: Universidad de Nueva York, 2006, 15.
- MacCambridge, Michael. «Director's Cut: 'The Kentucky Derby Is Decadent and Depraved,' by Hunter S. Thompson». *GrantLand* (3 may. 2013): <https://grantland.com/features/looking-back-hunter-s-thompson-classic-story-kentucky-derby/>
- Ministerio de Educación, «Cuatro universidades públicas se crearán para beneficio del país». *Página web del Ministerio de Educación* (13 sep. 2013), <https://educacion.gob.ec/cuatro-universidades-publicas-se-crearan-para-beneficio-del-pais/>
- Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura, «Publicaciones». *Página web del Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura* (2020): <http://observatorio.uartes.edu.ec/noticias/>
- Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura. *Resultados de la encuesta de condiciones laborales de trabajadores de las artes y la cultura. Reporte Termómetro Cultural*. Guayaquil: Universidad de las Artes / ILIA, 2020, 11. Edición en PDF.
- Perednik, Jorge Santiago. *Poesía concreta*. Argentina: Centro Editor de América Latina, 1982, 3.
- Real Academia Española, «Diccionario de la lengua española», *Página web de Real Academia Española* (2021): <https://dle.rae.es/haiku>
- Rodríguez - Izquierdo y Gavala, Fernando. *El haiku japonés Historia y traducción: Evolución y triunfo del haikai, breve poema sensitivo*. España: Fundación Juan March, 1972, 24. Edición en PDF.
- Rosen, Aliza, Ihara, Ikuhiro. «Giving you more characters to express yourself». *Blog de Twitter* (26 sep. 2017): https://blog.twitter.com/official/en_us/topics/product/2017/Giving-you-more-characters-to-express-yourself.html
- Sáenz de Viteri, Jimmy. «En acto histórico se posesionó a primeras autoridades UArtes elegidas por votación». *Página web de la Universidad de las Artes* (5 ene. 2021): <http://www.uartes.edu.ec/sitio/blog/2021/01/05/en-acto-historico-se-posesiono-a-primeras-autoridades-uartes-elegidas-por-votacion/>
- Salgado, Pablo. «Vida, pasión y precariedad del periodismo cultural». *Página web del Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura* (17 mar. 2021): <http://observatorio.uartes.edu.ec/2021/03/17/vida-pasion-y-precariedad-del-periodismo-cultural/>
- Tascón, Mario. *Escribir en internet: guía para los nuevos medios y las redes sociales*. España: Galaxia Gutenberg 2012, 27. Edición en PDF.
- Toro Castaño, Perla. *La Babel Digital: Pistas para un periodismo emprendedor*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2018, 124.

T13, «El sorprendente logro de Uberdriver: película chilena consiguió su financiamiento entre la gente». *Página web de T13* (9 nov. 2020): https://www.t13.cl/noticia/tendencias/uberdriver-primera-pelicula-chilena-financiada-aportes-voluntarios-crowdfunding-09-11-2020?fbclid=IwAR2MtM3k5XetuGoKNOW-VVgURApmmQhUDm4fcdeFGEi7znmwH0_XHnu9bObA

Universidad de las Artes, «Agua-Agenda Cultural y Artística», promocional rodado en 2019, video en YouTube, 00:52, acceso el 29 de julio de 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=knrhcxVQTxg>

Universidad de las Artes, «Aprobación del informe de Rendición de Cuentas 2020», *Memorando Nro. UA-R-2021-0120-M* (13 may. 2021): 56, <http://www.uartes.edu.ec/sitio/download/1-informe-de-rendicion-de-cuentas-2020/>

University of Pennsylvania, «Department of English». *Página web de University of Pennsylvania* (2021): <https://www.english.upenn.edu/people/kenneth-goldsmith>

Wolfe, Tom. *El Nuevo Periodismo*. Barcelona: Anagrama, 1973,5. Edición en PDF.