



Universidad Autónoma de Aguascalientes

Centro de Ciencias Sociales y Humanidades

“La vigencia del periódico impreso en la vida cotidiana: un estudio cualitativo desde la dimensión cultural de la economía política de la comunicación”

que presenta Betsabee Fortanell Trejo para optar por el grado de Doctora en Estudios Socioculturales.

Tutor: Dr. Alejandro García Macías

Comité: Dr. Salvador de León Vázquez, Dr. Víctor M. González Esparza, Dr. Luis Álvarez Azcárraga, Dr. Rodrigo de la O. Torres.

Suplentes: Dr, Carlos Arteaga López y Dr. Luis Ernesto Solano Becerril

Aguascalientes, Ags. Junio de 2019



Aprobado por CEU en su sesión de 1 de agosto de 2016
Of. Sg 1588/2016

ASUNTO: VOTO APROBATORIO

Mtra. María Zapopan Tejeda Caldera
Decana del Centro de Ciencias Sociales y Humanidades

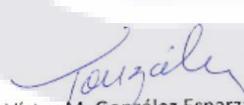
PRESENTE

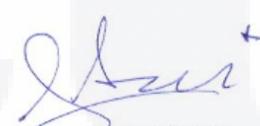
Por medio del presente como Tutor designado del estudiante **BETSABEE FORTANELL TREJO** con ID 210232 quien realizó la tesis titulada: **LA VIGENCIA DEL PERIÓDICO IMPRESO EN LA VIDA COTIDIANA: UN ESTUDIO CUALITATIVO DESDE LA DIMENSIÓN CULTURAL DE LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN**, y con fundamento en el Artículo 175, Apartado II del Reglamento General de Docencia, me permito emitir el **VOTO APROBATORIO**, para que ella pueda proceder a imprimirla, y así como continuar con el procedimiento administrativo para la obtención del grado.

Pongo lo anterior a su digna consideración y sin otro particular por el momento, me permito enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE
"Se Lumen Proferre"
Aguascalientes, Ags., a 11 de junio de 2019.


Dr. Alejandro García Macías
Tutor de tesis


Dr. Víctor M. González Esparza
Miembro del Comité Tutoral


Dr. Salvador de León Vázquez
Miembro del Comité Tutoral

c.c.p.- Interesado
c.c.p.- Secretaría Técnica del Programa de Posgrado

20 Código: DI-040200-55
Revisión: 00
Emisión: 29/08/16



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES**
CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES
Y HUMANIDADES

Asunto: Autorización de Tesis
Oficio CCS y H N°. 340

MTRA. BETSABEE FORTANELL TREJO

PRESENTE

Con base en lo que establece el Reglamento de Docencia en el artículo 173, le informo que se autoriza el Tema de Tesis: **“LA VIGENCIA DEL PERIÓDICO IMPRESO EN LA VIDA COTIDIANA: UN ESTUDIO CUALITATIVO DESDE LA DIMENSIÓN CULTURAL DE LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN”**, Así mismo se le designa como asesor al **Dr. Alejandro García Macías** a fin de asignarle fecha para la verificación del Examen de Grado para la obtención del título de Dra. En Estudios Socioculturales, deberá cumplir con lo establecido en los artículos 161, 162, 174 y 175.

Con el objeto de dar cumplimiento a este reglamento el paso siguiente será autorizar la impresión de su tesis, toda vez que presente la carta de liberación y/o acuerdo señalado en la Fracc. II del artículo 175.

Sin más por el momento, aprovecho la oportunidad para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE
“SE LUMEN PROFERRE”

Aguascalientes, Ags., 13 de Junio del 2019

MTRA. MARÍA ZAPOPAN TEJEDA CALDERA
DECANA

c.c.p. Dr. Alfredo López Ferreira - Secretario de Investigación y Posgrado del CCS y H.
c.c.p. Dr. Salvador de León Vázquez. Secretario Técnico del Posgrado
c.c.p. Archivo.





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES

CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES
Y HUMANIDADES

Asunto: Conclusión de Tesis
DEC. CCS Y H OF. N° 340

**DRA. EN ADMÓN. MARÍA DEL CARMEN MARTÍNEZ SERNA
DIRECTORA GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
P R E S E N T E.**

Por este conducto le informo que el documento final de Tesis/Trabajo Práctico Titulado: "LA VIGENCIA DEL PERIÓDICO IMPRESO EN LA VIDA COTIDIANA: UN ESTUDIO CUALITATIVO DESDE LA DIMENSIÓN CULTURAL DE LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN", presentado por la sustentante **BETSABEE FORTANELL TREJO** con ID. 210232, egresada del **DOCTORADO EN ESTUDIOS SOCIOCULTURALES**, cumple las normas y lineamientos establecidos institucionalmente para presentar el examen de grado.

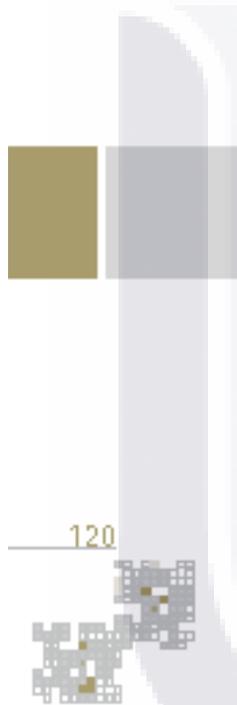
Sin más por el momento, aprovecho la oportunidad para enviarle un cordial saludo.

**ATENTAMENTE
"SE LUMEN PROFERRE"**

Aguascalientes, Ags., 13 de Junio del 2019

**MTRA. MARÍA ZAOPÁN TEJEDA CALDERA
D E C A N A**

c.c.p. Dr. Alfredo López Ferreira - Secretario de Investigación y Posgrado del CCS y H.
c.c.p. Dr. Salvador de León Vázquez. Secretario Técnico del Posgrado
c.c.p. Mtra. Imelda Jiménez García. Jefa del Depto. De Control Escolar
c.c.p. Mtra. Betsabee Fortanell Trejo. Egresada del Posgrado
c.c.p. Archivo



EL "MUNDO PEQUEÑO" DE LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA. UN ANÁLISIS DE REDES SOCIALES DESDE LOS ARTÍCULOS CIENTÍFICOS DE LA DISCIPLINA EN EL SCIELO CITATION INDEX

THE "SMALLWORLD" OF COMMUNICATION IN LATIN AMERICA. AN ANALYSIS OF THE DISCIPLINE SCIENTIFIC ARTICLES SOCIAL NETWORKS IN THE SCIELO CITATION INDEX

O "PEQUENO MUNDO" DA COMUNICAÇÃO NA AMÉRICA LATINA. UMA ANÁLISE DE REDES SOCIAIS DOS ARTIGOS CIENTÍFICOS DA DISCIPLINA NO ÍNDICE DE CITAÇÕES SCIELO

Alejandro García-Macias

■ Profesor Investigador en el Laboratorio de Redes Sociales y Personales del Departamento de Comunicación, Universidad Autónoma de Aguascalientes, México.

■ E-mail: Alejandro.garciam@edu.uaa.mx

Betsabee Fortanell Trejo

■ Doctorando en Estudios Socioculturales, Universidad Autónoma de Aguascalientes, México.

■ E-mail: betsabeefortanell@gmail.com

Una versión inicial de este artículo fue presentada en forma de ponencia oral en el XXXI Encuentro Nacional AMIC 2018 "Expresión, Cultura y Participación Ciudadana. Los Escenarios de La Comunicación Al Gira de Un Cido." Facultad de Ciencias de la Comunicación, UANL, Monterrey, Nuevo León, México. Mayo 2018.

14/6/2019

Gmail - [ALAI] Artigo aprovado com alterações



Betsabee Fortanell <betsabeefortanell@gmail.com>

[ALAI] Artigo aprovado com alterações

1 mensaje

RevistaALAI USP <revistaalaic@usp.br>

26 de junio de 2018, 13:23

Para: agarciam@correo.uaa.mx, Betsabee Fortanell <betsabeefortanell@gmail.com>



Prezados Alejandro e Betsabee,

É com prazer que informamos que, após minuciosa avaliação, seu artigo foi aprovado com alterações, estas seguem abaixo. Pedimos que realizem as alterações até o dia 06/07.

Tendo feito observações, até o momento, basicamente positivas ao texto, gostaria de pontuar aspectos que, acredito, podem aperfeiçoar o trabalho ou oferecer ideias para o seu desenvolvimento, agora ou no futuro. Nesse sentido, divido os comentários em aspectos que considero de revisão obrigatória (para a publicação no dossiê) e de revisão opcional (são mais contribuições à autoria que podem ser levadas em conta agora ou em trabalhos futuros):

REVISÕES OBRIGATÓRIAS:

- Os pontos finais nos título (em diferentes idiomas) devem ser eliminados;
- O Resumo deve apresentar algum (ou alguns) dos resultados mais relevantes do trabalho;
- Nem todo leitor pode compreender bem a opção pelo uso da “Scielo Citation Index de la Web of Science” para a composição amostral. Nesse sentido, a nota 4 do artigo pode, de maneira sucinta, explicitar aspectos que justificaram essa opção. Aliás, também é válido utilizar a grafia preferida pelos desenvolvedores da plataforma: SciELO;
- A observação constante na nota 5 (sobre as limitações do estudo) é bastante importante e, por isso, deveria ser inserida no final do trabalho, no Tópico das “Conclusiones”. Além disso, a autoria poderia também expor outras eventuais limitações do estudo, como a representatividade da base (bastante diferente entre os países da América Latina) para a análise proposta (aliás, o detalhamento da composição da amostra, proposto a seguir, ajudaria a perceber esse aspecto);
- Uma informação importante, que poderia ir para uma nota de rodapé, é o detalhamento das “16 fuentes distintas” dos artigos. Aparentemente, todas essas fontes são revistas científicas, mas quais?, de que países?
- É preciso melhorar, ou repensar o uso, as Figuras 1, 2, 3, 5 e 6. Infelizmente, as importantes informações textuais constantes nas mesmas estão com leitura muito dificultada, mesmo em ampliações da tela do computador;
- É necessário esclarecimento no tópico “1.- Las redes de colaboración científica: relaciones de co-autoría”, pois no trecho em que se diz “Para su delimitación se seleccionaron aquellos autores cuya producción en Scielo tuviese al menos una cita” não está claro se esta citação que os autores obtiveram relaciona-se ao corpus de 936 artigos ou abrange toda a base SciELO. Se a análise utiliza-se de dados que compreendem a base na íntegra, talvez isso ajude a explicar a dispersão dos autores em termos de coautorias.
- A redação do trecho “fundamentalmente Journals, pero también libros, citados más de 20 veces en los textos del corpus” (p. 7) é ambígua. Que tipo de documento é citado mais de 20 vezes do que outros tipos de texto, os artigos de journals ou os livros? Por minha experiência, acredito que sejam os livros – dada a trajetória histórica das apropriações bibliográficas no campo da comunicação. Se forem os journals (o que a palavra “fundamentalmente” pode levar a crer), teríamos uma novidade que mereceria discussões.
- No trecho “un poco más abajo del punto de corte de los ranking” (p. 11), falta o “s” do plural na última palavra.

REVISÕES OPCIONAIS:

- No tópico 1, existe a possibilidade de que os autores indiquem quais são os países dos autores não latino-americanos que publicaram em revistas SciELO. Avalio que essa seria uma informação para refletir sobre o grau de internacionalização – e a natureza desta, se mais voltada ao contexto ibérico, europeu de maneira geral ou dos EUA - das revistas estudadas.

14/6/2019

Gmail - [ALAIC] Artigo aprovado com alterações

- Poderia ser interessante que a parte de "Conclusiones" do artigo tentasse formular interpretações – ainda que provisórias e hipotéticas – sobre os resultados que são observados. Outra questão interessante seria propor – de maneira mais específica – caminhos de desenvolvimento para a perspectiva analítica sugerida (por exemplo, comparações dos resultados com os que se busquem em outras – quais? – bases de dados).
- Se há trabalhos internacionais similares – sobre outros contextos – a discussão e comparação dos resultados seria absolutamente bem vinda, na parte final do trabalho.

Att,
Beatriz Barrocal Fernandes
Assistente editorial

–

Equipe Editorial da Revista da ALAIC.
Revista ALAIC (Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación)
revistaalaic@usp.br
<http://www.alaic.org/revistaalaic>



Agradecimientos

Esta tesis doctoral fue posible al financiamiento del Consejo Nacional del Ciencia y Tecnología (Conacyt) por esta razón, el primer agradecimiento es a esta institución. Confío en que continúe con la labor de impulsar y promover la producción conocimiento.

Agradezco al Doctorado en Estudios Socioculturales por permitirme aprender, analizar y reflexionar sobre la interdisciplinariedad, la cultura, la vida cotidiana y la comunicación.

A los doctores Alejandro García Macías, Salvador de León Vázquez, Víctor M. González Esparza, Luis Álvarez Azcárraga, Rodrigo de la O. Torres, Carlos Arteaga López y Luis Ernesto Solano Becerril por su disposición y bondad para compartir aprendizajes y debatir esta investigación. Sin olvidar el aporte enriquecedor de la doctora María Elena Meneses (QEPD).

La experiencia como estudiante, y en este caso como doctorante, siempre es más amena en compañía. Marilú, Juan y Lellanis agradezco infinitamente su aliento, su motivación, así como las charlas que enriquecieron este trabajo.

La última línea la dedico a agradecer a mi familia por comprender tantas ausencias.

Dedicatoria

*A mis estudiantes,
por la oportunidad infinita que me brindan para aprender.*



Índice

Resumen19

Summary21

Introducción.....23

El periódico impreso en la era de la información digital, una aproximación desde el análisis de las prácticas culturales (planteamiento del problema)26

 Las dimensiones económicas, políticas y culturales de la prensa.....28

 Conclusiones. La economía política de la cultura como recurso para la comprensión de la vigencia de la prensa31

Los ámbitos económico y político como estructuras que articulan la vigencia del periódico impreso33

 La estructura política como elemento fundamental en el desarrollo de la prensa37

 Los grupos de poder político como pilares de las empresas mediáticas mexicanas42

 Las prácticas culturales, el poder político y económico como columnas de los medios de comunicación48

Sobre la dimensión cultural: el periódico impreso frente a la convergencia mediática.....49

 Panorama de la prensa en América Latina y Asia como territorios donde los diarios impresos son medios de comunicación preferenciales.....55

 El diario impreso frente al periódico digital en México70

 El periódico impreso: sus usos, significaciones y recursos para su vigencia72

 El consumo de información en dispositivos tecnológicos móviles y en redes sociales virtuales76

 La vida cotidiana y prácticas culturales: espacios y significaciones para estudiar el periódico impreso81

 La vida cotidiana desde los estudios culturales: posicionamiento teórico y epistemológico para comprender la vigencia del periódico impreso84

 Pregunta de investigación.85

 Objetivos particulares:86

¿Cómo se estudia el periódico impreso en la convergencia digital?87

(Estado del arte)87

 Convergencia: estudios sobre la fusión de los periódicos impresos con otros medios de comunicación87

 Hábitos de lectura: abordajes sobre el consumo de información en periódicos impresos.....92

Estudios sobre periódicos regionales: el valor y reconocimiento de los medios locales en los contextos globales.....101

Reconocimiento de las áreas de interés para la academia sobre el estudio del periódico impreso y digital.....102

El campo de la vida cotidiana y las prácticas culturales: conceptos centrales para la comprensión de la vigencia del diario impreso, desde la dimensión cultural (marco teórico)105

El campo de la vida cotidiana, punto de partida para la reflexión teórica del problema de investigación.....105

El campo de la vida cotidiana: prácticas y significaciones.....106

Las prácticas culturales: representaciones microsociales de la inclusión y la exclusión111

Más allá de visiones deterministas, la construcción social del lector.....115

Las prácticas culturales de lectura y sus lectores.....116

Por una tipología de las prácticas culturales de lectura.....118

La identificación del campo de la prensa digital e impresa.....120

La vigencia del diario impreso en la convergencia mediática desde la comprensión de las prácticas culturales.....123

El espacio, construcción social y significación. La vigencia de la prensa desde el espacio.....126

El giro espacial en la comunicación: pensar la relación prácticas culturales, prensa y espacio129

Espacio público: construcción social y simbólica del centro histórico de Santiago de Querétaro y Tequisquiapan, Querétaro.....130

Situar el estudio: Querétaro y Tequisquiapan, lugares característicos de la zona Centro Occidente para la ENL (2015)131

Las plazas públicas: espacios sociales para la lectura del periódico impreso.....133

Plaza de Armas: espacio de reunión para reporteros, funcionarios públicos y empresarios..136

El Jardín Zenea: el espacio público de las familias, el turismo y el comercio “discreto y ambulante”137

El Jardín Guerrero, el espacio público para “los otros”: los estudiantes, los predicadores religiosos y los jóvenes.....140

La plaza Miguel Hidalgo en Tequisquiapan, Querétaro: espacio de convergencia entre lugareños y turistas143

Periódicos impresos y espacio público: el reconocimiento de las dimensiones sociales y culturales de los lugares de observación147

Propuesta metodológica cualitativa para comprender la vigencia del diario impreso en la vida cotidiana.....148

El paradigma comprensivo y el abordaje cualitativo para estudiar las prácticas de lectura del periódico impreso148

Encuesta Nacional de Lectura (2015): puntos de partida para el diseño de instrumentos y para la caracterización de lectores150

La observación participante como herramienta para el estudio de las prácticas de lectura del periódico impreso153

Empleo de entrevistas semiestructuradas: comprender los roles de la escuela y la familia en las prácticas de lectura de periódicos impresos.....155

Consideraciones preliminares a la propuesta metodológica156

Ejercicio piloto de observación participante: Aproximación al trabajo de campo para comprender la vigencia del periódico impreso158

 La biblioteca pública: características generales158

 Las primeras horas de la mañana.....161

 Los lectores de periódicos impresos: género, edades y prácticas162

 Sobre las prácticas de lectura que llevan a cabo mujeres.....163

 Las prácticas de lectura de los hombres165

 La definición de prácticas de lectura.....167

 Conclusiones: pautas para el diseño del trabajo de campo171

Los periódicos impresos y sus lectores: perfiles socioculturales, desde la ENL (2015).....175

 México: un país de lectores de periódicos impresos175

 El periódico impreso: medio de comunicación para las clases sociales menos favorecidas..178

 Trayectoria de vida de los lectores: la familia institución que fomenta la lectura de periódicos impresos182

 Los espacios de lectura: la casa, los parques y plazas, el transporte público, las salas de espera183

 Conclusiones: estadísticas para construir y debatir el perfil cultural de lectores de prensa ...187

 Apuntes sobre las entrevistas.....188

 El ámbito educativo o instruccional: espacio donde se fomenta y arraiga la lectura de prensa189

 Un camino a la alfabetización: la lectura de prensa190

 El trabajo como espacio detonador de la lectura de prensa.....191

 El periódico digital, puente al lugar de origen.....192

 El periódico en los ratos libres: leer para entretenerse194

 El periódico impreso para informarse y construir la opinión195

Los usos domésticos: el periódico impreso anclado a las prácticas cotidianas comunes196

Los dispositivos móviles: la mensajería instantánea una prioridad197

Las otras lecturas: información noticiosa en redes sociales virtuales198

Significaciones, semejanzas y diferencias del periódico impreso y digital200

Conclusiones: el periódico impreso, prácticas y significaciones203

Prácticas cotidianas y espacios privados de lectura: el periódico en el comercio, la casa y como fuente de recuerdos205

 El periódico un objeto/producto cultural de proyección, identificación y significación205

 Leer el periódico, un hábito para “ocupar” el tiempo libre206

 Leer la prensa... ¿con qué propósito?207

 El periódico después de la lectura: prácticas cotidianas y recuperación de recuerdos208

 Conclusiones.....211

 Algunas consideraciones sobre las entrevistas semiestructuradas211

Prácticas culturales, periódicos impresos y espacio público (Resultados de la observación participante).....214

 Algunos apuntes sobre la observación participante214

 Perfil cultural del lector: ¿quién lee la prensa en los espacios públicos?215

 Plaza de Armas: aproximación a las lecturas del poder.215

 El Jardín Zenea: hábitos de lectura que permanecen.....217

 El Jardín Guerrero: las lecturas de los sectores populares.218

 La plaza Miguel Hidalgo: pobladores y sectores populares en el espacio público.....221

 Vida cotidiana en las plazas públicas: diferencias, similitudes, inclusión y exclusión desde los espacios.....223

 Plaza de Armas: el espacio público para las élites223

 El Jardín Zenea: familias y adultos mayores en el espacio público226

 El Jardín Guerrero: el espacio público para la diversidad227

 La Plaza Miguel Hidalgo: espacio de encuentro entre habitantes y turistas229

 Prácticas de lectura: ¿qué periódicos se leen en los espacios públicos?234

 Periódicos de información general y las prácticas de lectura del poder.234

 Periódicos sensacionalistas: los diarios cercanos a las clases populares.238

 Periódicos de circulación estatal, regionales, religiosos y gratuitos.240

 Espacios públicos y prácticas culturales: ¿las plazas públicas incluyen y excluyen lectores?243

Conclusiones. Alcances y limitaciones de la observación participante para comprender la vigencia del periódico impreso en la convergencia mediática243

Conclusiones: prácticas culturales, periódicos impresos y espacio público.....245

 Los periódicos en la vida cotidiana y las prácticas culturales245

 Los diarios impresos y el espacio público247

Referencias bibliográficas249

Anexos261



Índice de tablas

Tabla 1. Datos sobre el alcance de los periódicos digitales68
Tabla 2. Trabajos relevantes al problema de investigación.104
Tabla 3. Formato para etnografía multisituada.....155
Tabla 4. Categorías para el diseño de la entrevista semiestructurada.....156
Tabla 5. Formato para observación multisituada172
Tabla 6. Formato para respaldo de fotografías.....172
Tabla 7. Categorías para el diseño de la entrevista semiestructurada.....173
Tabla 8. Listado de entrevistas semiestructuradas, realizadas durante el trabajo de campo. ...212



Índice de gráficas

Gráfica 1. Tiraje de periódicos impresos nacionales (PNMI).61

Gráfica 2. Tiraje de periódicos impresos nacionales (INE; PNMI).....62

Gráfica 3. Comparativo de tiraje y visitas/usuarios diarios71

Gráfica 4. ¿Actualmente lee periódicos?176

Gráfica 5. Los periódicos que lee, ¿son gratuitos o paga pro ellos?.....177

Gráfica 6. Los periódicos que lee, ¿son de un tema en particular o son generales?177

Gráfica 7. Sexo del entrevistado (lectores de periódicos impresos y digitales)179

Gráfica 8. Grupos de edad (lectores de periódicos impresos y digitales).179

Gráfica 9. Nivel de escolaridad de lectores.180

Gráfica 10. Ingresos económicos de los lectores.181

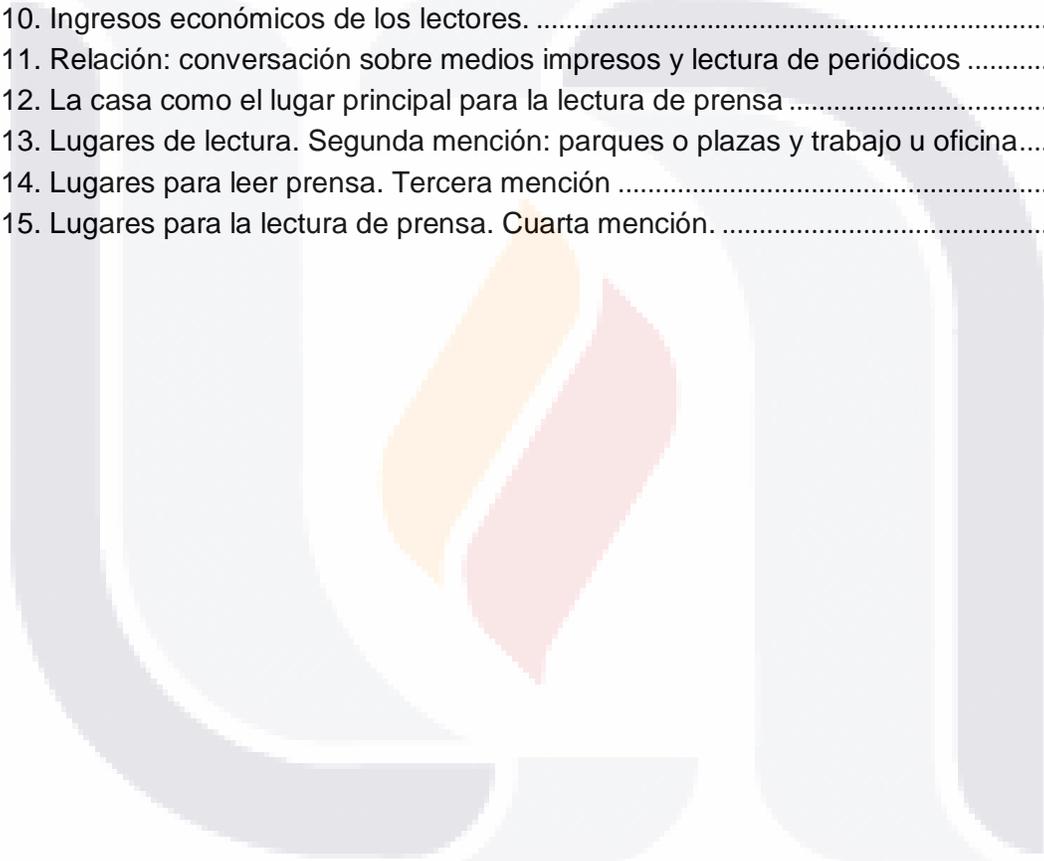
Gráfica 11. Relación: conversación sobre medios impresos y lectura de periódicos183

Gráfica 12. La casa como el lugar principal para la lectura de prensa184

Gráfica 13. Lugares de lectura. Segunda mención: parques o plazas y trabajo u oficina.....185

Gráfica 14. Lugares para leer prensa. Tercera mención186

Gráfica 15. Lugares para la lectura de prensa. Cuarta mención.187



Índice de ilustraciones

Ilustración 1. La articulación de dimensiones para la vigencia del diario impreso	30
Ilustración 2. Mediaciones para comprender la vigencia del diario impreso	31
Ilustración 3. Escenario del periódico impreso en la convergencia mediática	80
Ilustración 4. La dimensión cultural: la vida cotidiana para comprender la vigencia del periódico impreso	83
Ilustración 5. Los estudios del periódico impreso: categorías	102
Ilustración 6. El concepto de práctica cotidiana y sus elementos, De Certeau (2000)	109
Ilustración 7. El campo del diario impreso: reconocimiento de actores	122
Ilustración 8. La vigencia del diario impreso desde las prácticas culturales	124
Ilustración 9. Ubicación geográfica del estudio	132
Ilustración 10. Lectores de periódicos impresos y digitales (ENL, 2015)	133
Ilustración 11. La Plaza de Armas, lugar de reunión de las élites	137
Ilustración 12. El Jardín Zenea define su dinámica por la apropiación de adultos mayores, comerciantes y turistas	139
Ilustración 13. El Jardín Guerrero, un espacio de convergencia entre diversos sectores sociales	142
Ilustración 14. Productores orgánicos, productos gourmet de queso y vino, los comercios que ocupan el espacio temporalmente	146
Ilustración 15. Publicaciones gratuitas en la Oficina de Turismo, ubicada en la plaza Miguel Hidalgo	146
Ilustración 16. El diario impreso en la vida cotidiana, hallazgos	204
Ilustración 17. José Manuel Mejía Rosales, recupera fragmentos de la prensa.	209
Ilustración 18. El lector atesora publicaciones relacionadas con su profesión	210
Ilustración 19. José Manuel recorta acontecimientos significativos: "Una compañera fue mal elemento y participó en actos delictivos".	210
Ilustración 20. En Plaza de Armas, leen servidores públicos, oficinistas, reporteros, empresarios.	215
Ilustración 21. . Kiosco en el Jardín Guerrero, espacio para lecturas efímeras.	219
Ilustración 22. Las bolerías son puntos de lectura en el Jardín Zenea.....	226
Ilustración 23. La plaza pública es el lugar para las prácticas de lectura extensas.	231
Ilustración 24. Una pareja de adultos mayores se acompaña. Ella mira a la gente pasar, él lee el periódico.	232
Ilustración 25. Los domingos, convergen en el espacio habitantes y turistas, incluso diversas prácticas de lectura	233
Ilustración 26. En los portales, reporteros y ciudadanos leen la prensa local	237
Ilustración 27. Las prácticas de lectura extensa son comunes a la prensa de información general, deportiva o sensacionalista.	240
Ilustración 28. La lectura de periódicos religiosos, en la plaza Miguel Hidalgo	242

Índice de mapas

Gráfica 1. Tiraje de periódicos impresos nacionales (PNMI).61

Gráfica 2. Tiraje de periódicos impresos nacionales (INE; PNMI).....62

Gráfica 3. Comparativo de tiraje y visitas/usuarios diarios71

Gráfica 4. ¿Actualmente lee periódicos?176

Gráfica 5. Los periódicos que lee, ¿son gratuitos o paga pro ellos?.....177

Gráfica 6. Los periódicos que lee, ¿son de un tema en particular o son generales?177

Gráfica 7. Sexo del entrevistado (lectores de periódicos impresos y digitales)179

Gráfica 8. Grupos de edad (lectores de periódicos impresos y digitales).179

Gráfica 9. Nivel de escolaridad de lectores.180

Gráfica 10. Ingresos económicos de los lectores.181

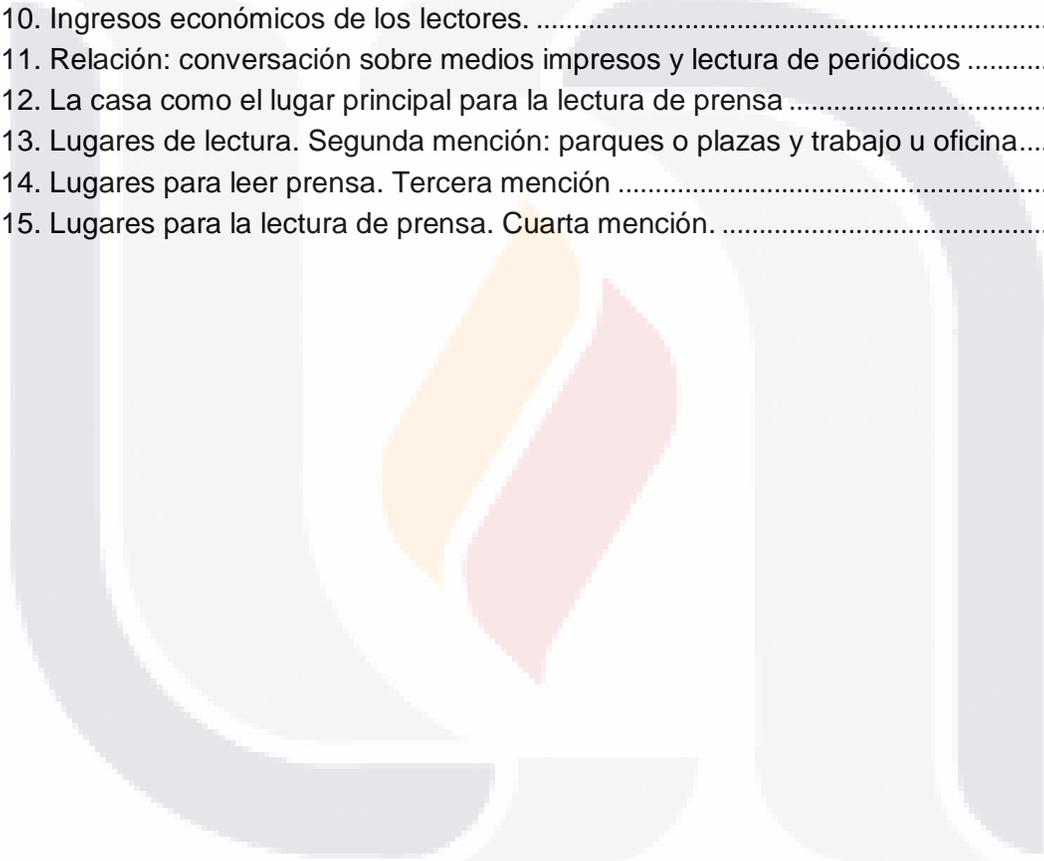
Gráfica 11. Relación: conversación sobre medios impresos y lectura de periódicos183

Gráfica 12. La casa como el lugar principal para la lectura de prensa184

Gráfica 13. Lugares de lectura. Segunda mención: parques o plazas y trabajo u oficina.....185

Gráfica 14. Lugares para leer prensa. Tercera mención186

Gráfica 15. Lugares para la lectura de prensa. Cuarta mención.187



Resumen

Esta investigación parte de reconocer a la prensa como una institución compleja, integrada por dimensiones económicas, políticas y culturales. Específicamente, se interesa por recuperar a ésta última para comprender *¿cuáles son las prácticas culturales que insertan al periódico impreso en la vida cotidiana?*

Desde el espacio público, se planteó la aproximación al objeto de estudio, las prácticas culturales. Es así que el análisis de las mismas permitió comprender la relación del periódico impreso con experiencias de vida cotidiana, las cuales incluyen desde el ámbito educativo hasta el laboral, los lazos sociales, las prácticas domésticas; en otras palabras, la manera en cómo los diarios forman parte de la vida cotidiana de los lectores.

A su vez, los resultados muestran que las prácticas están cargadas de significaciones. Esto se debe a los perfiles socioculturales de los lectores, a las desigualdades de acceso a la educación y a la tecnología, a la práctica de oficios y a la profesión, a las prácticas domésticas y religiosas.

En suma, se constituyen relaciones entre el espacio público, el tipo de medio impreso y el perfil sociocultural del lector. En otras palabras, la dimensión cultural de la prensa en esta investigación se refiere a la vida cotidiana como un campo de estudio, donde se cruzan los espacios y las prácticas, en este caso, las relacionadas con el periódico impreso.

Dichos hallazgos surgieron a la luz de realizar observación participante en plazas públicas y de la aproximación a espacios privados (específicamente, el hogar), a través de entrevistas semiestructuradas.

Es así que esta investigación tiene el objetivo de aportar a la comprensión del periódico impreso como medio de comunicación anclado a la vida cotidiana. No obstante, se reconoce y queda la tarea futura de estudiar el periódico y sus vínculos con otras instituciones u otros campos, por citar algunos, los poderes políticos y económicos.

Palabras clave: periódico impreso, prácticas culturales, vida cotidiana, espacio público.

Summary

This research starts by recognizing the press as a complex institution, integrated by economic, political and cultural dimensions. Specifically, this work search for understanding of this question: what are the cultural practices that insert the printed newspaper into everyday life?

From the public space, the approach to the object of study, cultural practices, was considered. Thus, the analysis of them allowed to understand the relationship of the printed newspaper with daily life experiences, which include from the educational scope to the labor, the social bonds, the domestic practices; in other words, the way in which newspapers are part of the daily life of readers.

In turn, the results show that the practices are loaded with meanings. This is due to the socio-cultural profiles of the readers, to the inequalities of access to education and technology, to the practice of trades and to the profession, to domestic and religious practices.

In short, relationships are established between the public space, the type of printed media and the sociocultural profile of the reader. In other words, the cultural dimension of the press in this research refers to everyday life as a field of study, where spaces and practices are crossed, in this case, those related to the printed newspaper.

These findings arose in the light of participant observation in public places and the approach to private spaces (specifically, the home), through semi-structured interviews.

Thus, this research aims to contribute to the understanding of the printed newspaper as a means of communication anchored to everyday life. However, the future task of studying the newspaper and its links with other institutions or other fields, to name but a few, the political and economic powers, is recognized and remains.

Key words: printed newspaper, cultural practices, daily life, public space.



Introducción

La tesis “La vigencia del periódico impreso en la vida cotidiana: un estudio cualitativo desde la dimensión cultural de la economía política de la comunicación” tiene el objetivo de responder a la pregunta de investigación *¿cuáles son las prácticas culturales que insertan al periódico impreso en la vida cotidiana?* Por lo anterior, este trabajo académico se divide en doce capítulos:

El primer apartado aborda el planteamiento del problema “El periódico impreso en la era de la información digital, una aproximación desde el análisis de las prácticas culturales “. En este capítulo se presentan datos sobre la circulación del periódico impreso en el mundo, en América Latina y en México.

“Los ámbitos económico y político como estructuras que articulan la vigencia del periódico impreso” es el capítulo 2. Tiene el objetivo de mostrar una perspectiva histórica del desarrollo de la prensa como institución y la manera en que se articula con otras dimensiones. Este apartado se vincula con “Sobre la dimensión cultural: el periódico impreso frente a la convergencia mediática” (capítulo 3), el cual es útil para señalar que la investigación se centrará en la dimensión cultural de la prensa.

El estado del arte, el capítulo 4, se presenta bajo el título “¿Cómo se estudia el periódico impreso en la convergencia digital?”. Aquí se exponen trabajos cuyo objeto de investigación es la prensa. Con este se trató de identificar tanto áreas de posible exploración hasta aportaciones y experiencias relevantes al objeto de la tesis que se desarrolla.

El marco teórico se presenta bajo el título “El campo de la vida cotidiana y las prácticas culturales: conceptos centrales para la comprensión de la vigencia del diario impreso, desde la dimensión cultural” (capítulo 5). El apartado es útil para definir los autores a partir de los cuales se comprende el objeto de estudio, así como los conceptos de vida cotidiana y prácticas.

El capítulo 6 “El espacio, construcción social y significación. La vigencia de la prensa desde el espacio” introduce una variable para la comprensión de la vigencia de la prensa en la vida cotidiana: el espacio, el cual se comprende desde su construcción social.

“La propuesta metodológica cualitativa para comprender la vigencia del diario impreso en la vida cotidiana” es el nombre del capítulo 7. En este se explican las herramientas que se emplearán para la recogida de datos: la observación participante y la entrevista semiestructurada.

“Ejercicio piloto de observación participante: Aproximación al trabajo de campo para comprender la vigencia del periódico impreso” es el capítulo 8 en el cual se describe un primer acercamiento al trabajo de campo.

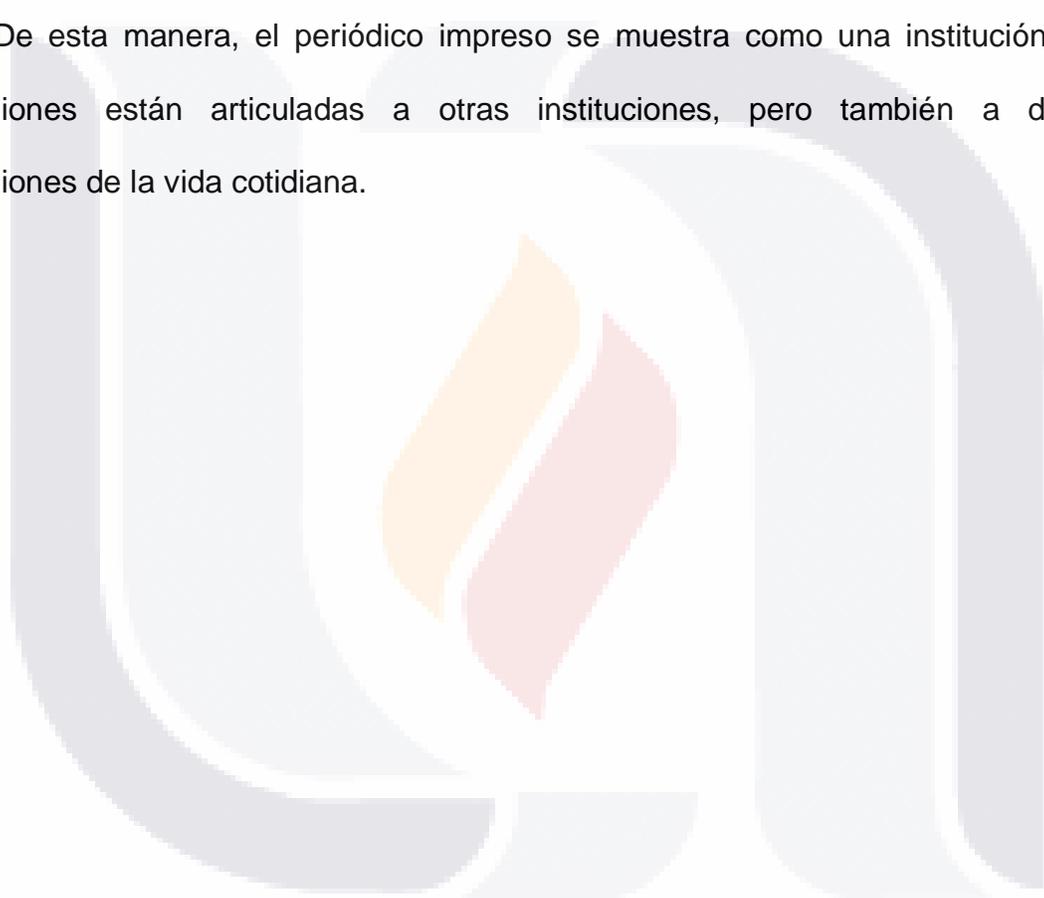
Enseguida, “Los periódicos impresos y sus lectores: perfiles socioculturales, desde la ENL (2015)” (capítulo 6) ofrece datos que sirvieron de referencia para delimitar el perfil de lectores a entrevistar, así como los espacios de observación.

El capítulo 7 “Prácticas cotidianas y espacios privados de lectura: el periódico en el comercio, la casa y como fuente de recuerdos” presenta los resultados de las entrevistas semiestructuradas, realizadas durante la observación participante. NO

obstante, los hallazgos de ésta se localizan, principalmente, en el capítulo 8 “Prácticas culturales, periódicos impresos y espacio público”.

Finalmente, el capítulo 8 “Prácticas culturales, periódicos impresos y espacio público” tiene el objetivo de presentar los resultados y relacionarlos con el marco teórico, así como proponer una relación entre prácticas, medios y espacio.

De esta manera, el periódico impreso se muestra como una institución cuyas dimensiones están articuladas a otras instituciones, pero también a diversas dimensiones de la vida cotidiana.



El periódico impreso en la era de la información digital, una aproximación desde el análisis de las prácticas culturales (planteamiento del problema)

Los medios de comunicación son instituciones sociales complejas multidimensionales, cuyas dimensiones se articulan con estructuras más amplias de la sociedad, donde lo económico y lo político conviven con lo social y cultural. Y segundo, los medios son parte industrias culturales (Sánchez Ruiz y Gómez, 2009). Desde este supuesto, es posible hablar de diversas dimensiones (económica, política, cultural) con respecto al funcionamiento social de los medios de difusión masiva, en su articulación con actores, instituciones y estructuras económicas, políticas o culturales (Sánchez Ruiz, 2005).

La economía política de la comunicación reconoce el diálogo entre las dimensiones, el cual ofrece una ruta para comprender la vigencia de la prensa, recuperando así el estudio de la cultura y los medios de comunicación.

Para Zallo (2011), el campo de la economía política de la comunicación, o economía crítica de la cultura y la comunicación, es solo una parte del punto de vista crítico en la suma de disciplinas -economía, sociología o política- que se acercan al análisis social de la cultura y la comunicación.

Parte de los ámbitos de la economía crítica de la cultura y la comunicación es el abordaje de lo social, cuya temática principal la representa la sociedad y las prácticas culturales. Entre sus objetos de estudio interesan: los cambios sociales, las prácticas y

hábitos, las comunidades (géneros, inmigración, generaciones), cibernautas y nuevos públicos (Zallo, 2011).

Es en el ámbito de la sociedad y de las prácticas culturales donde se ubica esta investigación, posicionarla desde esta corriente permite reconocer el vínculo de la prensa con otras instituciones pero enfatizando la dimensión cultural para comprender la vigencia del medio de comunicación.

Sobre el abordaje cultural, Mattelart (2011) apunta que la economía política y los estudios culturales se hermanan al insistir en la centralidad de los procesos ideológicos, de los subtextos, de los segundos significados. Por consecuencia, se mantiene el reconocimiento que la prensa se vincula a la vida cotidiana, a través de la producción de prácticas y significados específicos y diferentes a los de otros medios de comunicación.

La economía política de la cultura se presenta como un marco que permite, en palabras de Herschmann (2011), sumergirse densamente en lo micro, en lo social, reconociendo los aspectos macro de la realidad, sin perder en el horizonte los aspectos más estructurales del funcionamiento del capitalismo globalizado.

Al mismo tiempo, ofrece el reconocimiento de los medios de comunicación como institución histórica y socialmente determinada por el sistema cultural. Y por la misma razón, no es comprensible su práctica significativa sin atender a la economía política que condiciona y gobierna las formas de representación informativa (Sierra, 2011).

Por consecuencia, analizar los medios de comunicación presupone comprender el cambio social, las transformaciones tecnológicas, culturales y económico-políticas

pero también la manera en cómo los medios de comunicación tradicionales, como el caso de la prensa, se inserta en las dinámicas de circulación, producción y consumo de la información digital.

Las dimensiones económicas, políticas y culturales de la prensa

Para el abordaje económico político de los medios de comunicación, Sánchez Ruiz (1992) propone un modelo cuyo propósito es identificar las múltiples determinaciones que constituyen históricamente a los medios, jerarquizando las articulaciones entre dimensiones y niveles de desempeño en formaciones sociales determinadas, para llegar a una mejor comprensión de su complejidad multidimensional.

El enfoque histórico-estructural lograría dicho análisis: describir cómo los medios se constituyen socialmente y operan dentro de diversos procesos macro, meso y micro sociales, mediante sus múltiples articulaciones de diferentes instituciones, aparatos, instancias, estructuras de la sociedad en su conjunto pero también en virtud de prácticas sociales concretas de individuos, grupos e incluso de clases sociales (Sánchez Ruiz, 1992).

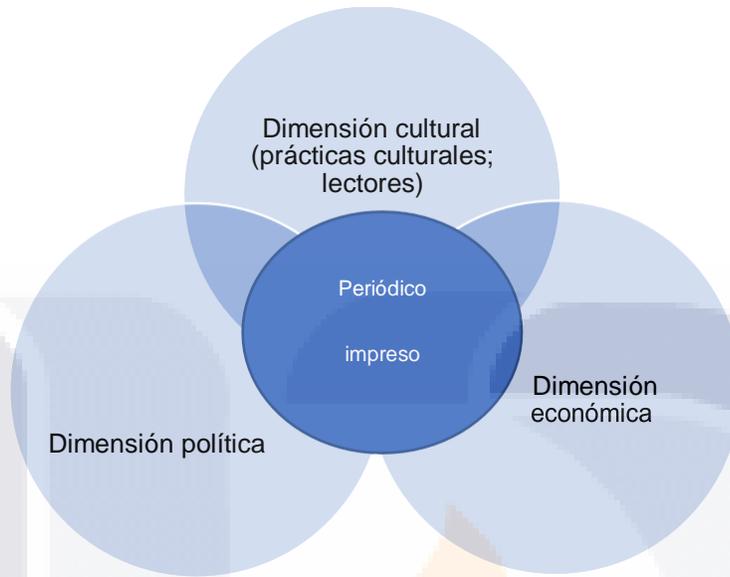
Desde el análisis histórico-estructural se determinaría la escala de observación y construcción conceptual. Primero, se construye un objeto de estudio- de lo micro, lo meso y lo macro desde la escala de los individuos, los grupos de diversas clases. Mientras, la escala o nivel también se refiere a la temporalidad escogida para un estudio (Sánchez Ruiz, 1992).

En suma, se propone abordar a la prensa en la escala micro para reconocer su complejidad social, de esta forma, el proyecto de investigación asume que el funcionamiento de los medios apunta a la vinculación con los públicos, mantiene vínculos institucionales y estructurales, y articulaciones con la economía, la cultura y la política (Sánchez, Ruiz, 2005).

Cuando se propone comprender dimensiones es para identificar, como señala Sánchez Ruiz (1991), las zonas de articulación o contacto:

¿dónde se "toca" lo económico? ¿lo popular con lo hegemónico? ¿dónde ubicar lo masivo, en lo popular, en lo hegemónico, en la población receptora, en lo tecnológico (posibilidad de reproducción-distribución múltiple, rápida y simultánea)? ¿cuál es el lugar de los individuos, cuál el de los grupos y las instituciones en la construcción de lo masivo? ¿en qué formas las organizaciones de medios hacen contacto, se articulan, son influidas e influyen con las estructuras de poder, con la economía, con sus públicos y sus respectivos procesos culturales? (p.36).

Ilustración 1. La articulación de dimensiones para la vigencia del diario impreso

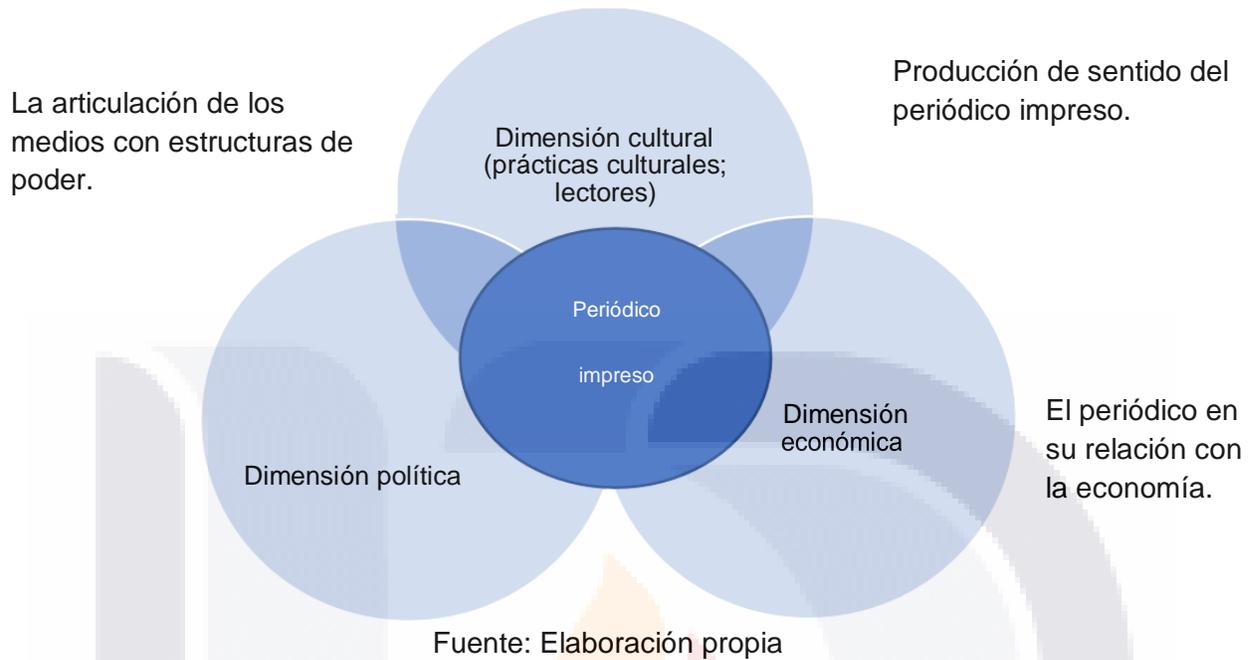


Fuente: Elaboración propia

Para el autor, identificar las zonas de contacto o de transición entre las múltiples dimensiones y niveles orientan al entendimiento de un fenómeno o proceso social. A su vez, las dimensiones se comprenden como mediaciones económicas, políticas y culturales:

Las mediaciones de la dimensión económica refieren a las diversas formas de articulación de los medios con la economía a niveles de región, nación y con la economía internacional. Las mediaciones políticas son las articulaciones de los medios con las estructuras de poder en la sociedad y en su caso con sistemas internacionales de poder, pero así mismo el carácter de los medios como recursos de poder. Mientras, las mediaciones culturales se insertan en procesos sociales de producción de sentido (Sánchez Ruiz, 1991). Son las últimas las cuales son el propósito de esta investigación.

Ilustración 2. Mediaciones para comprender la vigencia del diario impreso



Conclusiones. La economía política de la cultura como recurso para la comprensión de la vigencia de la prensa

Reconocer la articulación de la prensa con otras dimensiones sociales implica una mirada crítica. En otras palabras, identificar la posible determinación político y económica en los medios de comunicación tradicionales abre debates sobre la democratización de los medios, la construcción del espacio público, entre otros.

Sierra (2011) sostiene que la perspectiva económico cultural promueve la interpretación del consumo de medios y de la relación cultural de los mismos con el sistema social en su conjunto como un proceso ideológico y un espacio de representación de las diferencias y la lucha de clases.

De esta manera, la pregunta de investigación que rige este trabajo académico se formula como ¿Cuáles son las prácticas culturales que insertan al periódico impreso en la vida cotidiana? Con el objetivo de comprender la vigencia de los diarios impresos en la convergencia mediática, al identificar las prácticas culturales de los lectores.



Los ámbitos económico y político como estructuras que articulan la vigencia del periódico impreso

La convergencia mediática abarca relaciones que atraviesan y superan al lector pero que están, igualmente, insertas en la vida cotidiana. Aunque esta investigación se interesa por el estudio de la dimensión cultural de la prensa, se reconoce que los poderes políticos y económicos son elementos estructurales útiles para comprender, estudiar al periódico impreso.

Parafraseando a Briggs y Burke (2002) este apartado considera a los medios como un sistema en constante cambio, en el que diferentes elementos desempeñan papeles más o menos importantes. De ahí la necesidad de retomar referencias históricas y sociales que consideren la política y la economía, lo cual rechaza simplificaciones engañosas como el determinismo tecnológico.

Contemplar al ámbito económico y político en la vigencia del periódico impreso implica dos afirmaciones. La primera: los medios de comunicación son instituciones sociales complejas multidimensionales, cuyas dimensiones se articulan con estructuras más amplias de la sociedad, donde lo económico y lo político conviven con lo social y cultural. Y segundo, los medios son parte industrias culturales (Sánchez Ruiz y Gómez, 2009).

El periódico impreso, por ejemplo, como mercancía cultural es reproducible, serializada y netamente industrial. Es un producto perecedero (pierde valor en unas horas) pero se trata de una mercancía doble (informativa y publicitaria) y con un doble mercado. Es una mercancía compleja por su contenido informativo. Abarca distintas

temáticas, no importa si tienen escasa demanda. La prensa está vinculada a un espacio geográfico determinado fuera del cual pierde sentido, aunque hay casos de internalización (Zallo, 1988).

Los rasgos del periódico impreso como producto cultural la vinculan a la cultura y a la lucha de intereses (políticos y económicos), localizada en su entorno (Zallo, 1988). Los medios, en tanto industrias culturales, son empresas, a veces formando parte de conglomerados más amplios, de ahí que los medios de comunicación sean objetos de estudio complejos y multidimensionales que exigen enfoques interdisciplinarios y críticos (Sánchez Ruiz y Gómez, 2009). En otras palabras, todos los medios de comunicación tejen, reproducen y relacionan estructuras.

La conformación de conglomerados (Sánchez Ruiz y Gómez, 2009), Meneses (2011) la ha definido como convergencia corporativa o económica; de esta manera señala las alianzas estratégicas que ocasionan la concentración de la producción de contenidos en grandes empresas mediáticas. Para la autora, este contexto transforma la producción de información.

Los monopolios informativos (que abarcan la prensa, la radio, la televisión e Internet) son representados por personajes significativos a los ámbitos políticos y económicos. Meneses (2011) cita algunos casos: Silvio Berlusconi (Fininvest); Rupert Murdoch (NewsCorp); Jesús de Polanco (Prisa), Emilio Azcárraga (Televisa); Carlos Slim (Grupo Carso). Todos ellos dueños de televisoras, empresas de telefonía, medios impresos, radiodifusoras, estudios cinematográficos, cuyos capitales van más allá de la industria cultural.

Los orígenes de la prensa: el tráfico de mercancías y la dependencia del mercado

Por otra parte, el vínculo de las estructuras políticas y económicas con los medios de comunicación ayuda a reflexionar sobre importancia de éstos en la conformación histórica de las sociedades occidentales contemporáneas (Albornoz, 2007). Habermas (1994) ha relatado que, con el temprano capitalismo financiero y comercial del siglo XIII, se dan los elementos para la formulación de un nuevo orden social y un marco de relaciones, que traen consigo el tráfico de mercancías y de noticias.

En ese momento, como ha sucedido más tarde, el poder político dictó las reglas para el intercambio de mercancías, de ahí que el tráfico de noticias se desarrolló sobre las vías del tráfico mercantil. Es dentro de esta dinámica política y social que se desarrolla la prensa, los primeros ejemplares fueron llamados “periódicos políticos”, y aparecieron semanalmente, y a mediados del siglo XVII con publicaciones diarias (Habermas, 1994).

De la mano a las necesidades del tráfico mercantil, las noticias se convirtieron en mercancías. Es decir, la información periodística profesional obedece a las mismas leyes del mercado, a cuyo surgimiento debe su propia existencia (Habermas, 1994).

Más adelante, a mitad del siglo XVII, el desarrollo de la prensa fue resultado de la labor de empresas familiares y estuvo organizada a modo de industria artesana, destacaba la figura de editor-propietario, con una cabecera y su actividad se limitaba a la organización del tráfico de noticias y la clasificación de las mismas (Habermas, 1994).

Como ha señalado Habermas (1994), a estas etapas de conformación, continuó el interés por las ganancias, obtenidas a través de la publicación de noticias relacionadas la clase burguesa (capitalistas, comerciantes y banqueros). Esto último derivó en la fase “periodismo de escritores”, motivada por el carácter político y por la generación de periódicos cultos, semanarios y revistas políticas.

Debido a los contenidos de intereses para las élites, la prensa se preocupa por su función crítica, de manera que lo económico se vuelve secundario, y sus contenidos serán los de opinión, creados por un redactor profesional y autónomo (Habermas, 1994).

La prensa continuó su camino: de prensa comercial, a la de opinión y a la prensa negocio. En la década de 1830, Inglaterra, Francia y Estados Unidos fueron los principales sitios en los que se promovió la inclusión de los anuncios publicitarios en los periódicos, convirtiéndose en empresas privadas (Habermas, 1994).

La historia de los grandes periódicos diarios en la segunda mitad del siglo XIX, sugiere Albornoz (2007) prueba que la prensa se hace manipulable en relación con el grado de comercialización. Incluso, explica el autor, la reducción de la prensa a las leyes del mercado tuvo consecuencias en la propia actividad periodística, como la concentración económica y la centralización creciente, que ha constituido corporaciones comerciales y privadas de los medios de comunicación.

La estructura política como elemento fundamental en el desarrollo de la prensa

La conformación de empresas periodísticas ha estado relacionada con las estructuras económicas y también con las políticas e históricas. Hallin y Mancini (2008) señalaron las relaciones sistemáticas entre las estructuras políticas y los medios de comunicación, de manera tal que identificaron distintos modelos de periodismo y la relación entre los medios de comunicación y la política.

En una reflexión de este naturaleza, son de utilidad cuatro dimensiones para comparar los sistemas de medios de la Europa occidental y Norteamérica: el desarrollo de los mercados de los medios de comunicación (fuerza o la debilidad del desarrollo de la prensa de gran tirada); el paralelismo político (el grado y la naturaleza de los vínculos entre los medios de comunicación y los partidos políticos o, el reflejo de las principales divisiones políticas de la sociedad); el desarrollo de la profesionalidad de los periodistas; y el grado y la naturaleza de la intervención estatal en el sistema de medios de comunicación (Hallin y Mancini, 2008).

Y es a partir de estas condiciones que se comprenden y se explican las condiciones de los medios de comunicación en distintas regiones del mundo. El desarrollo de la prensa de gran tirada se dio a finales del siglo XIX y a principios del XX pero no en todos los países, es así que esa distinción se traduce en grandes diferencias actuales en los índices de los tirajes de periódicos europeos o norteamericanos (Hallin y Mancini, 2008).

Para los autores, tal distinción no es sólo una cuestión de cantidad sino de la naturaleza del periódico, la relación con sus lectores y el rol que tiene en los ámbitos de la comunicación social y política. Los periódicos del sur de Europa están dirigidos a una pequeña élite urbana (cultura y políticamente activa), cuyos contenidos son sofisticados y politizados, además estos periódicos se ubican en proceso de debate y negociación entre grupos de élites. Por otra parte, los periódicos del norte de Europa y de Norteamérica tienen un público de masas con poco compromiso político, lo que conecta a las élites políticas con el ciudadano común.

Otras de las consecuencias derivadas de la constitución de la prensa de gran tirada es la rentabilidad de los medios de comunicación. Los periódicos del sur de Europa, con sus tiradas relativamente cortas, no han sido empresas rentables, su subvención se produjo gracias a actores políticos que determinaron sus contenidos y la autonomía profesional del periodista (Hallin y Mancini, 2008). Es decir, históricamente los grupos políticos se han vuelto sustento económico de la prensa, y no necesariamente el medio ha sido un ejemplo de comercialización.

Por el contrario, la prensa de gran tirada en el norte de Europa ha conformado empresas de comunicación. De esta condición se deriva la distinción y constitución de una prensa sensacionalista y de los periódicos de "calidad" dirigidos a unos lectores de élite (Hallin y Mancini, 2008).

Hallin y Mancini (2008) sostienen que los mercados de la prensa también se vinculan a los alcances y presencia de la misma a nivel local, regional y nacional. Y citan algunos casos, el predominio de la prensa nacional o suprarregional se visualiza

en Gran Bretaña, Austria, Italia y España; la prensa local en países como Estados Unidos, Canadá y Suiza; la combinación de ambas en Alemania, Francia y los países escandinavos.

Otra de las dimensiones mencionadas por Hallin y Mancini (2008) es el paralelismo político con el que describen el vínculo de la prensa con ideologías, partidos políticos y sistemas de valores. “Desde los principios de la era de la letra impresa, sobre todo desde la época de la Reforma, la defensa de las ideas políticas fue también una función fundamental de los medios de comunicación impresos” (p. 24).

Específicamente, el paralelismo político refiere al grado de paralelismo que hay entre la estructura del sistema de medios y el sistema político; se manifiesta cuando una organización informativa está en sintonía con un partido en particular, como sucedió en Dinamarca, a principios del siglo XX, cuando cada ciudad tenía periódicos que representaban a cada uno de los partidos políticos (Hallin y Mancini, 2008).

Una de las dimensiones del paralelismo político es la relación entre los medios de comunicación y distintos tipos de organizaciones (partidos políticos, sindicatos, cooperativas, iglesias, entre otros). Igualmente, esta dimensión se presenta en las audiencias, cuando los lectores son seguidores de ciertos partidos, ideologías y tendencias, y por esta razón consultan medios particulares. O bien, cuando los propios periodistas y sus prácticas se vinculan a organizaciones políticas, sociales o estatales (Hallin y Mancini, 2008).

Briggs y Burke (2002) han relatado las medidas implementadas por el Estado para la subsistencia de aquellos medios que no han sido negocio. Entre la década de

1920 y 1960, Suecia perdió cincuenta periódicos conservadores, treinta liberales y otros socialdemócratas. Como medida, en 1970, el Estado constituyó un fondo de préstamos para los medios y otorgó subsidios, principalmente, a los periódicos pequeños y para diarios nuevos. Por su parte, la prensa española se hizo de subvenciones a través de tarifas telefónicas, telegráficas y postales, subvenciones y compensaciones venidas del Estado.

La tercera dimensión, señalada por Hallin y Mancini (2008), es la profesionalización. La formación profesional desempeña un papel en la definición del periodismo como ocupación y como institución social; sin embargo, no es elemento necesario en todas las zonas geográficas. Es más probable que los periodistas tengan una licenciatura en Periodismo en España que en Alemania, pero esto no es igual a que un tipo de periodismo tenga un nivel de profesionalización más alto que otro.

La cuarta dimensión tiene que ver con el papel del Estado, el cual tiene un rol destacado en el desarrollo del sistema de medios de comunicación, aunque con diferencias en el grado de intervención y en la forma en la cual se presenta. Un ejemplo visible es la radiotelevisión pública, en los países de Europa occidental y en Norteamérica, donde además el Estado es propietario de agencias de noticias, periódicos y empresas de comunicación (Hallin y Mancini, 2008).

Para Hallin y Mancini (2008), se puede diferenciar entre los sistemas de medios de comunicación liberales, con intervención estatal limitada, y los medios condicionados por las fuerzas del mercado. Y por un lado, los sistemas de medios con tradiciones

socialdemócratas, de aquellos con mayor intervención estatal en el financiamiento y regulación de los medios de comunicación.

No obstante, estas dimensiones se interrelacionan en tres modelos con los cuales, Hallin y Mancini (2008), analizan los sistemas de medios en distintas regiones del mundo: el modelo Mediterráneo o modelo Pluralista Polarizado, el modelo del Norte y Centro de Europa o modelo Democrático Corporativo y el modelo del Atlántico Norte o modelo Liberal.

El modelo Mediterráneo o Pluralista Polarizado se caracteriza por una prensa orientada hacia una élite, con tiradas cortas y una importancia de los medios electrónicos (la radio y la televisión). Contempla como fenómenos tardíos la libertad de la prensa y el desarrollo de las industrias de los medios de comunicación privados.

En este modelo, los periódicos han sido marginales económicamente. El nivel de paralelismo político suele ser alto. Incluso, el gobierno, los partidos políticos y los empresarios emplean de manera instrumental a los medios de comunicación. La profesionalización del periodismo no está tan desarrollada, el periodismo no está tan diferenciado del activismo político, y la autonomía del periodismo se encuentra limitada.

A este modelo, Hallin y Mancini (2008) también lo han denominado “Pluralista Polarizado” porque sus pautas tienen raíces en la diversidad y en el conflicto ideológico que caracteriza a los países del sur de Europa, el cual, también se arraiga en el desarrollo tardío de las instituciones liberales.

En segundo lugar, el modelo del Norte y Centro de Europa o modelo Democrático Corporativo se define por un desarrollo temprano de la libertad de prensa

y de la industria de los periódicos con grandes tiradas. Se distingue por su vínculo a la historia de los periódicos partidistas y de grupos sociales organizados. En este modelo es posible la coexistencia de la prensa política y la comercial.

Y también estás presentes: un nivel de paralelismo político alto, una profesionalidad neutral y un periodismo orientado hacia la información. Además, contempla a los medios de comunicación como instituciones sociales, lo cual deriva en la libertad de prensa. En este modelo, se ubican los casos de la prensa en Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Alemania, los Países Bajos, Noruega, Suecia y Suiza.

Por último, Hallin y Mancini (2008) proponen el modelo del Atlántico Norte o Liberal. Es parecido al modelo Democrático Corporativo, por un desarrollo temprano de la libertad de prensa y por una prensa de gran tirada. No obstante, en el modelo liberal domina la prensa comercial, el nivel de paralelismo político es bajo. La profesionalización del periodismo es importante, aunque la autonomía periodística está limitada por presiones comerciales. Y el papel del Estado es limitado. En este modelo, se ubican países como Estados Unidos, Irlanda, Canadá, Inglaterra.

Los grupos de poder político como pilares de las empresas mediáticas mexicanas

En México también se reproduce la relación de las estructuras de poder y políticas con los medios de comunicación. Fernández Christlieb (2005), señala que el Siglo XIX se caracteriza por una búsqueda del modelo de organización política (federal- liberal-

republicano y central-conservador-monárquico) que seguirá el México independiente. Por lo tanto, el periodismo de este siglo es el reflejo de esa búsqueda.

En sus comienzos, las páginas de la prensa mexicana contienen discursos políticos, crónicas parlamentarias, ataques a la oposición, proyectos de nación. Y en un porcentaje reducido anuncios publicitarios, noticias extranjeras e información con fines de entretenimiento. Es así que el siglo XIX se caracteriza por tener un periodismo partidista (Fernández Christlieb, 2005).

Ya en el siglo XX, se consolida el capitalismo en lo económico y se constituye una corporativización del Estado mexicano en lo político. Por lo tanto, ya no existe la búsqueda del siglo anterior sino que prevalece un solo modelo a seguir. No es una novedad que el periodismo también se subordina a esta situación (Fernández Christlieb, 2005).

Entonces, los diarios incluyeron información oficial, anuncios publicitarios, artículos de entretenimiento, cables de agencias extranjeras y, de manera excepcional, críticas y sugerencias a los proyectos de nación. En definitiva, el siglo XX en México, salvo sus primeros lustros, se caracteriza por tener un periodismo oficialista (Fernández Christlieb, 2005).

Debido a estos vínculos con los procesos políticos, es que la historia de la prensa mexicana es la historia de la expresión de voceros de grupos políticos o

económicos, con pocas publicaciones independientes. Y es una tendencia que se mantiene desde la época colonial hasta nuestros días (Fernández Christlieb, 2005).

Pero no se trata de una relación única con los grupos de poder político o con los modelos de Nación. Por el contrario, el interés de las élites políticas está presente para asegurar la prosperidad de ciertas empresas, entre estas, las de la prensa mexicana (Fernández Christlieb, 2005).

La historia de la prensa mexicana muestra que la fundación de los periódicos tuvo como contexto tanto coyunturas políticas como la necesidad de expansión o de adquisición de poder por parte de algún grupo empresarial. Por citar algún caso, las actas constitutivas del Heraldo de México fueron firmadas por un empresario poblano, poco antes a que Díaz Ordaz se convirtiera en presidente del país (Fernández Christlieb, 2005).

Otro ejemplo lo representa el periódico Ovaciones. Sus propietarios también dirigen el Hipódromo de Tijuana y editan el periódico La Voz de la Frontera. Igualmente, el accionista mayoritario de Ovaciones participa en la sociedad llamada Periodismo Internacional, S. A. (Fernández Christlieb, 2005).

La autora señala que la prensa en México está vinculada a empresas de menor importancia para asegurar su modus vivendi, lo cual implica la redefinición de alianzas con grupos de poder. Y agrega que “salvo los diarios auspiciados directamente por el Estado o respaldados por un consorcio económicamente poderoso, el resto puede entrar en la categoría anteriormente mencionada” (p. 74). En términos generales, en México existe una prensa respaldada por un consorcio económico o por un grupo

político. Por consecuencia, cualquier publicación termina por sucumbir ante el acecho de ambas estructuras (Fernández Christlieb, 2005).

El sistema de relaciones políticas y económicas que mantienen vigentes a los periódicos impresos se replica a nivel nacional, estatal y local. Entonces, las élites dictan las dinámicas de producción y circulación de información.

Como ha explicado De León Vázquez (2012), los medios regionales se han subordinado al poder político. Es así que en el estado mexicano de Aguascalientes, por citar un caso, la transición política ocasionada por el cambio del Partido Revolucionario Institucional, PRI, al Partido Acción Nacional modificó la relación económica entre la prensa y el gobierno estatal.

Sin embargo, en la relación de los medios con otras estructuras también adquiere relevancia el rol de sujetos empoderados de capital social. El sexenio priísta 1992-1998 estuvo a cargo de un funcionario público, cuyo currículum incluía la dirección de comunicación social de la Presidencia de la República, durante la presidencia de Carlos Salinas de Gortari (1988-1992). Para el autor, este antecedente determinó la dinámica de relaciones con los medios locales.

Los rasgos distintivos de este periodo incluyeron el reconocimiento personal al reportero del gobierno estatal. Este privilegio implicaba tanto la designación de la empresa para cubrir las actividades del gobernador, como la aplicación de estrategias de control (a nivel personal e institucional) en los medios informativos por parte de la administración estatal (De León Vázquez, 2012).

Al reconocimiento laboral se suma la recompensa económica a los reporteros, a través de un ingreso fijo o de comisiones por venta de publicidad al gobierno, o bien el intercambio de favores, entre la administración estatal y el reportero. Esta dinámica consolidó el modelo de subordinación de la prensa al poder político y debido a estos factores, los medios de comunicación locales asumían el papel de difusores gubernamentales (De León Vázquez, 2012).

Por consecuencia, los medios de comunicación locales generaron proyectos periodísticos moderados y dóciles, cuya subsistencia depende de la publicidad gubernamental; constituyeron una élite empresarial mediática cercana a la élite política, y conformaron una comunidad periodística precaria en los ámbitos profesionales, analíticos y críticos (De León Vázquez, 2012).

Sin embargo, la transición de un partido político a otro modificó, como en otros casos nacionales e internacionales, la relación entre el poder y los medios de comunicación. En Aguascalientes, el PAN ganó la alcaldía de la capital y la gubernatura, en 1995 y 1998, respectivamente. Estos cambios provocaron que, durante los primeros tres años, el esquema de subvenciones económicas y sobornos se redujera considerablemente en el ayuntamiento (De León Vázquez, 2012).

Y en los siguientes tres años, el gobierno estatal eliminó gastos en los medios de comunicación, mientras éstos manifestaron cierta independencia política. De tal manera que las empresas informativas señalaron negativamente las labores del gobierno (De León Vázquez, 2012).

Como explica el autor, en términos de las relaciones políticas y económicas, se manifestó un distanciamiento entre la clase gobernante y el sector mediático, el cual trajo consigo resistencia y un nuevo marco de relaciones. Igualmente, en términos de financiamiento, los medios locales (como proyectos empresariales) se vieron ante escenarios de fracaso y frente a la lógica del mercado comercial, fuera del paternalismo gubernamental.

“El poder gubernamental perdió su control, casi absoluto, sobre la representación periodística, al mismo tiempo que el poder mediático mostró su fragilidad como sector económico autónomo” (De León Vázquez, 2012, p. 115).

Aunque este panorama no se mantuvo a largo plazo, durante aquel periodo 1998-2004, se renegociaron las relaciones entre medios y gobierno estatal, a través de convenios de publicidad, que establecieron nuevas reglas para el ejercicio periodístico a nivel local (De León Vázquez, 2012, p. 115).

En este caso el cambio de reglas implicó pasar de la subvención estatal a la participación en el mercado. A pesar de que la fuente de financiamiento de los medios aún es el presupuesto gubernamental, los empresarios mediáticos pudieron empoderarse frente al gobierno para negociar bajo otros términos la comercialización del espacio periodístico (De León Vázquez, 2012, p. 115).

Las prácticas culturales, el poder político y económico como columnas de los medios de comunicación

Este apartado tuvo el propósito de exponer otros elementos estructurales útiles para la comprensión de la inserción del diario impreso en la vida cotidiana: los poderes políticos y económicos.

La historia de la prensa visualiza el papel de los grupos económicos y políticos en el desarrollo de los medios de comunicación. De hecho, el surgimiento de la prensa se debe al tránsito de mercancías. O en su caso, el Estado y diversas organizaciones sociales han financiado a los medios impresos en distintas regiones del mundo.

Esto permite ver que los periódicos impresos no sólo se sostienen por los lectores y sus prácticas. Por el contrario, en este fenómeno se insertan otro tipo de intereses y relaciones que convierten a los medios en mercancías culturales, así como en instituciones que legitiman y reproducen distintas formas de poder.

Sobre la dimensión cultural: el periódico impreso frente a la convergencia mediática

Para el abordaje de la dimensión cultural, es preciso reconocer el escenario de convergencia mediática en el que se inserta el diario. Los dispositivos tecnológicos, las redes sociales virtuales e Internet han configurado dinámicas de consumo de información instantáneas y breves. Son rutinas inmediatas, con características particulares y diferentes a las del consumo de noticias en la televisión, la radio o del periódico impreso.

Estos cambios en las dinámicas de producción y consumo de información han traído consigo discursos sobre la vigencia o permanencia no sólo del diario en papel sino de los medios de comunicación, como instituciones proveedoras de noticias.

Aunque los discursos sobre la desaparición de un medio frente a otro no son nuevos. Marshall McLuhan (1996) señaló los conflictos que surgen cuando emergen nuevos medios de comunicación. Para el autor, los problemas más importantes se constituyen bajo la promesa de incrementar la autonomía humana. Por lo tanto, debe reflexionarse sobre el poder de un medio para transformar la estructura del tiempo, del espacio, del trabajo y de la sociedad.

Tampoco puede augurarse la desaparición de una innovación, o de un medio de comunicación. Incluso, todos los medios se constituyen en pareja, actuando uno de ellos de contenido del otro (McLuhan, 1996).

Cuando la prensa tocó el teclado del "interés humano" después de que el telégrafo hubiese reestructurado dicho medio de la prensa, el periódico acabó con el teatro, así como la televisión ha dado un fuerte golpe al cine y a los clubes nocturnos. George Bernard Shaw tuvo el ingenio y la imaginación para devolver los golpes. Puso a la prensa en el teatro, llevando al escenario las controversias y el mundo del interés humano de la prensa, como hizo Dickens con la novela. El cine se hizo cargo a la vez de la novela, del periódico y del escenario. Entonces la televisión penetró en el cine y devolvió el teatro al público (McLuhan, 1996, p.73).

Los debates sobre reconfiguración y desaparición alcanzaron –en distintos momentos- a la prensa, la radio y la televisión. Sin embargo, en la actualidad, dichos discursos se reviven frente a Internet, a sus aplicaciones y a los dispositivos tecnológicos móviles.

Briggs y Burke (2002) han señalado algunos de los debates sobre reconfiguración y desaparición que alcanzaron –en distintos momentos- a la prensa, la radio y la televisión. No sólo en términos de uso sino en los modelos de financiamiento que debía constituirse a partir de los medios. En Gran Bretaña, una de las personas que especuló acerca de las relaciones de los diferentes medios y sus implicaciones fue Lord Riddel (1865-1934), el entonces dueño del *News of the World* se preguntó “¿Qué efecto tendrá la radio en la vida?... ¿Es probable que la gente lea menos? ¿Hablará menos? ¿Estará mejor o peor informada? ¿Irán menos al teatro o a conciertos?” (p. 242).

Sin embargo, los discursos que refieren a la permanencia de los medios se reviven frente a Internet y a los dispositivos tecnológicos móviles, sus alcances y las

posibilidades que tienen para comunicar zonas geográficas de manera inmediata. Es así que la desaparición del periódico impreso es un tema recurrente tanto en el ámbito académico como profesional.

En septiembre de 2010, el director general de *The New York Times*, Arthur Sulzberger, anunció que el medio abandonaría, paulatinamente, su edición en papel. Esta noticia la comunicó durante la Cumbre Internacional de Prensa de Londres. Sin embargo, el diario sigue imprimiéndose, aunque se ha dado a conocer su tendencia por priorizar la versión en Internet.

No obstante, otros medios han confirmado el pronóstico de desaparición. En 2010, se anunció el final de la versión impresa de *Jornal do Brasil*, dejando como único formato el digital (Ramonet, 2015). Nelson Tanure, dueño del diario, comunicó la decisión después de buscar un comprador y de enfrentar la disminución del tiraje y de los ingresos por publicidad (Salta, 2010).

Dos años más tarde, el medio brasileño *Diário de Natal*, cuyo origen se ubica en 1939, anunció el final de su versión impresa (Fraga, 2012). El periódico español Público es otro ejemplo. Fundado en 2007, fue afectado por la crisis económica, y sus deudas terminaron en el cierre de la edición impresa en febrero de 2012. Sin embargo, la edición digital siguió en marcha (Gómez, 2012).

También En 2012, el diario estadounidense *The Anniston Star* optó por eliminar algunas de sus ediciones impresas, entre estas las del lunes. Su editor, Bob Davis, atribuyó la decisión a presiones económicas y a los ingresos por publicidad (Moss, 2012).

A la tendencia de eliminar las ediciones impresas de algunos días, se sumó *The Times Picayune*, el diario de Nueva Orleans cuya historia suma cerca de 175 años. En 2012, el periódico decidió que recortaría su publicación tres días a la semana (miércoles, viernes y domingo). La decisión no fue aceptada por los lectores. Enseguida, el diario recibió llamadas, correos electrónicos y peticiones públicas para evitar la medida. Aunque fue inevitable, al igual que el recorte del personal (Pope, 2012).

En 2013, *Lloyd's List* dio a conocer que el 20 de diciembre de ese año finalizaría su edición impresa para ser completamente digital. El diario se había publicado desde 1734 y es considerado un medio líder en noticias y en datos sobre la industria marítima mundial. La revista *Etcétera* (2013) recuperó que el editor, Richard Meade, tomó la decisión por el crecimiento de los medios digitales y el cambio de conducta del consumidor. La intención del medio era hacerse de ventajas competitivas ante sus semejantes e innovar tanto su formato como el vínculo con sus lectores.

Esta tendencia a suprimir las versiones impresas, ya sea en totalidad o parcialmente, ha alcanzado a distintos medios impresos. Por ejemplo, las revistas. En 2012, el semanario *Newsweek* comunicó el fin de su edición impresa, después de haberla publicado por 80 años. Esta modificación implicó la reducción de empleos y la reestructuración de la redacción (Brooks, 2012).

La directora, Tina Brown, y el ejecutivo en jefe, Baba Shetty informaron que su interés era alcanzar a los lectores de manera más eficiente y efectiva en un formato

digital. Este anuncio continuó a la pérdida de ingresos por publicidad y la migración de lectores a sitios digitales.

No obstante, el escenario migratorio de periódicos es complejo. Aunque hay diarios impresos que decidieron asumir los cambios de formato, por diversas razones, entre tantas económicas, otros dieron algunos pasos de vuelta a lo impreso.

A pesar de publicarse en papel algunos días de la semana, el diario *The Times-Picayune* optó por imprimir una versión sensacionalista del diario los lunes, martes y jueves. Esta edición, titulada *The Times-Picayune Street* se publicó a partir del 24 de junio de 2013. De esta manera, el medio atendió las quejas de sus lectores, quienes solicitaban la impresión del periódico todos los días.

Asimismo, el periódico *El País* (2014) publicó que el semanario *Newsweek* también volvió a imprimirse en papel luego de anunciar su migración al formato digital. Después de un año del cambio, la revista regresó a los kioscos. Aunque con 70 mil ejemplares cuando, un año antes, el tiraje era de 1,5 millones.

México también tiene un ejemplo a la inversa: el paso de lo digital al papel. *Reporte Índigo* surgió en 2006 y en 2012, su director, Ramón Alberto Garza, comunicó la difusión de la versión impresa del medio. Los argumentos para la migración estuvieron relacionados con el acceso a Internet en México y con el interés de los patrocinadores por llegar al público lector de los diarios en papel.

Las decisiones sobre la migración de un formato a otro han dependido, entre otras razones, del ámbito económico y de las maneras en cómo los periódicos digitales

se hacen de recursos para su financiamiento, aunque esto ha sido un debate abierto desde los inicios de los periódicos en la web.

Silvio Waisbord (1997) se dio a la tarea de preguntar a distintos editores y miembros de medios de comunicación digitales en América Latina para conocer las razones por las cuáles habían comenzado su camino en la web.

Waisbord (1997) concluyó que fue la necesidad de estar ahí o bien, de no rezagarse, de estar en la web para preparar al mercado. En síntesis, había que anticiparse a nuevos lectores y mercados. No obstante, hasta la fecha no hay un modelo de negocio¹ predominante que permita la subsistencia de los diarios digitales.

No obstante, esta investigación se esfuerza por superar el debate sobre la vigencia o desaparición de los diarios impresos. En cambio, se propone reconocer la convergencia mediática, señalada por Henry Jenkins (2008).

Con convergencia, el autor señala el “flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas... es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales” (Jenkins, 2008, p.14).

Sin embargo, también la convergencia permite debatir los discursos predominantes de la década de 1990 sobre una revolución digital que desplazaría a los viejos medios, que Internet iba a hacer a un lado a la radio y la televisión; en cambio, el

¹ Entre los modelos de negocio se enlista la tecnología Big Data consiste en la venta de los datos de los lectores (De Vicente Domínguez, 2013); el crowdfunding, también llamado financiación en masa, financiación colectiva o micromecenazgo. Consiste en la participación de periodistas y lectores para el financiamiento del medio (Márquez, 2013). O la información periodística con fines comerciales (Rolfson Belda, 2013).

paradigma de la convergencia asume que los viejos y nuevos medios interaccionarán de formas cada vez más complejas. La historia muestra que los viejos medios nunca mueren, y ni siquiera se desvanecen. De esta forma, la convergencia también incide en las maneras de consumir los medios (Jenkins, 2008).

Panorama de la prensa en América Latina y Asia como territorios donde los diarios impresos son medios de comunicación preferenciales

La difusión, vigencia y permanencia de los periódicos impresos se manifiesta de forma diferente y con características particulares en cada región del mundo. En marzo de 2015, la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) anunció que los diarios en papel de América Latina habían aumentado su circulación.

La Jornada (2015), reseñó que en la reunión celebrada en Panamá, la SIP difundió que la circulación de diarios impresos ha crecido un 6% en América Latina, durante los últimos cinco años, mientras en Europa ha decrecido 23%.

Igualmente, la World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA) anunció un escenario complejo y diferente para cada región del mundo. La asociación informó que la circulación de periódicos impresos seguía aumentando en Asia, mientras en Occidente el panorama era contrario (Kilman, 2015).

En su encuesta anual de 2015, la WAN-IFRA detalló que la circulación de periódicos impresos aumentó 6.4% -durante 2014-, y que este crecimiento registrado a lo largo de 5 años significa un 16.5%. Esto es el resultado de las dinámicas que

caracterizan a Asia. De hecho, India se presenta como una de las industrias de periódicos impresos más saludable del mundo (Kilman, 2015).

La India es un caso particular, ya que en la actualidad y al contrario que en la mayoría de los países occidentales, el diario en papel tiene un desarrollo importante tanto en el número de lectores como en la cantidad de títulos, entre otros factores, por el crecimiento de una clase media letrada deseosa de informarse y consumir noticias que apelen a sus intereses y nuevo estilo de vida (Val Cubero, 2011).

Este país del sudeste asiático cuenta con el mayor número de periódicos del planeta, desbancando a China y a Estados Unidos. Son más de 62 mil los periódicos publicados y veinte de los cien diarios del mundo con mayor tirada son de titularidad india. Incluso, a pesar de la diversificación y de la aparición de la prensa local, los periódicos nacionales en hindi son los que gozan de mayor circulación, seguidos de los publicados en inglés (Val Cubero, 2011).

Asimismo, la WAN-IFRA comunicó que la circulación de diarios impresos se incrementó 9.8% en Asia, 1.2% en Oriente Medio y en África, 0.6% en América Latina. Mientras que disminuyeron 1.3% en América del Norte, 4.5% en Europa, y 5.3% en Australia y Oceanía.

En datos generales, en un periodo de cinco años, la circulación de periódicos aumentó 32.7% en Asia, 3.7% en Oriente Medio y África, y alrededor del 3% en América Latina. Por el contrario, en América del Norte disminuyó el 8.8%, 21.3 % en Europa y 22.3% en Australia y Oceanía.

Los datos de la WAN-IFRA no son distintos a los regionales. En 2014, la Sociedad de Empresas Periodísticas del Perú (SEPP) lanzó la campaña “Los Peruanos Amamos los Diarios” como un movimiento para reforzar el vínculo del lector con los periódicos impresos.

El 84% de los peruanos lee diarios todas las semanas y la circulación de periódicos aumentó en 49% de 2007 a 2013. Además, en este país, la venta de ejemplares supera los dos millones al día (SEPP, 2014).

No obstante, mientras el escenario peruano se caracteriza por la vigencia del periódico impreso entre los lectores. Por el contrario, en Estados Unidos hay esfuerzos por acaparar lectores en el ámbito digital, *The New York Times*, por ejemplo, alcanzó los 957 mil suscriptores digitales. De hecho, estos lectores aportaron ingresos de 46.1 millones de dólares durante el primer trimestre de 2015. Significó el 14.4% más que en el mismo periodo en 2014, según datos ofrecidos por el mismo medio (Nafría, 2015).

Sobre el número de lectores, para el caso de México, la Encuesta Nacional de Lectura y Escritura 2015, describió que el 55% de los mexicanos leen periódicos, el 44% lee en redes sociales, el 25.2% lee en sitios web y el 13.4% en blogs. Aunque no se especifica que en los tres últimos se trate de lectura sobre contenidos noticiosos.

Por su parte, sobre la frecuencia de lectura de periódicos impresos, la Encuesta Latinoamericana de Hábitos y Prácticas Culturales (OEI) 2013 detalló que la prensa se lee 3.7 días a la semana en América Latina. Por mencionar algunos ejemplos, en Perú se lee 3.8 días; en México 3.5 días. Lo registros más elevados los tienen Brasil, Costa Rica y Cuba con 4.2 días a la semana y los más bajos Bolivia y Paraguay con 2.7 días.

Frente a estos datos, la OEI (2013) sugiere que el 55% de los latinoamericanos nunca se ha conectado a Internet, el 5% casi nunca, el 18% ocasionalmente y el 21% todos los días. Particularmente, sobre el consumo cultural, señala que el 22% de los encuestados usa Internet para “busca o visitar webs para divertirse, entretenerse o informarse”, algo que remite a un uso de Internet en términos lúdicos. En segundo lugar, aparecen las respuestas relativas a participar en chats, redes sociales (19%).

Las respuestas “Buscar o visitar páginas web por motivos profesionales”, “buscar o visitar páginas web por motivos académicos” ocupan el tercer y cuarto lugar respectivamente con 16 y 14%. Las siguientes opciones son “leer libros en internet y prensa” (9%), “buscar información sobre música, cine y espectáculos” (8%) y “ver películas directamente en Internet” (6%).

En síntesis, la EOI (2013) enfatiza la desigualdad de acceso a Internet y los objetivos para los cuales se accede al mismo. Según estos datos, el consumo de información noticiosa en Internet, en América Latina no es una prioridad para los usuarios.

En este planteamiento tampoco pueden dejarse de lado las iniciativas de gobiernos europeos para incentivar la industria del periódico impreso. Los esfuerzos han partido desde el hogar y en la escuela. En 2011, el Ministerio de Educación, en España, publicó el texto “Leer periódicos en casa. Guía para las familias”. En este se ofrecían los pasos a seguir para sensibilizar a las familias sobre la importancia de la lectura de la prensa en el ámbito del hogar.

La guía hacía recomendaciones para leer –en familia- el periódico impreso, y a través de esta se procuraba el fomento de la lectura. Incluso, se recomendaba pasar del diario en papel a otras publicaciones. “Los chicos y las chicas que se aficianan a las revistas juveniles, a los suplementos infantiles y juveniles de los diarios, a los cómic y tebeos, etc. se animarán más fácilmente a leer las páginas de muchos y buenos libros” (p.18).

Francia hizo lo propio, como lo relató el periódico *El Mundo* (2009). Durante el gobierno de Nicolas Sarkozy, se anunció que los jóvenes de 18 años accederían, durante doce meses, a la suscripción gratuita de un periódico. La medida se tomó con el argumento que la costumbre de leer la prensa se toma cuando se es joven. Finalmente, fue una estrategia para rescatar la prensa del país.

Con estas descripciones se ha buscado plantear un panorama complejo. Por un lado, existen discursos que anuncia la migración completa del papel a lo digital.

Incluso, se buscan modelos de negocio propios de los medios digitales, y se habla de la caída de ventas de los diarios impresos. Pero el panorama no es igual ni absoluto para todos los escenarios, Asia y América Latina se presentan como los espacios geográficos donde el periódico impreso sigue vigente.

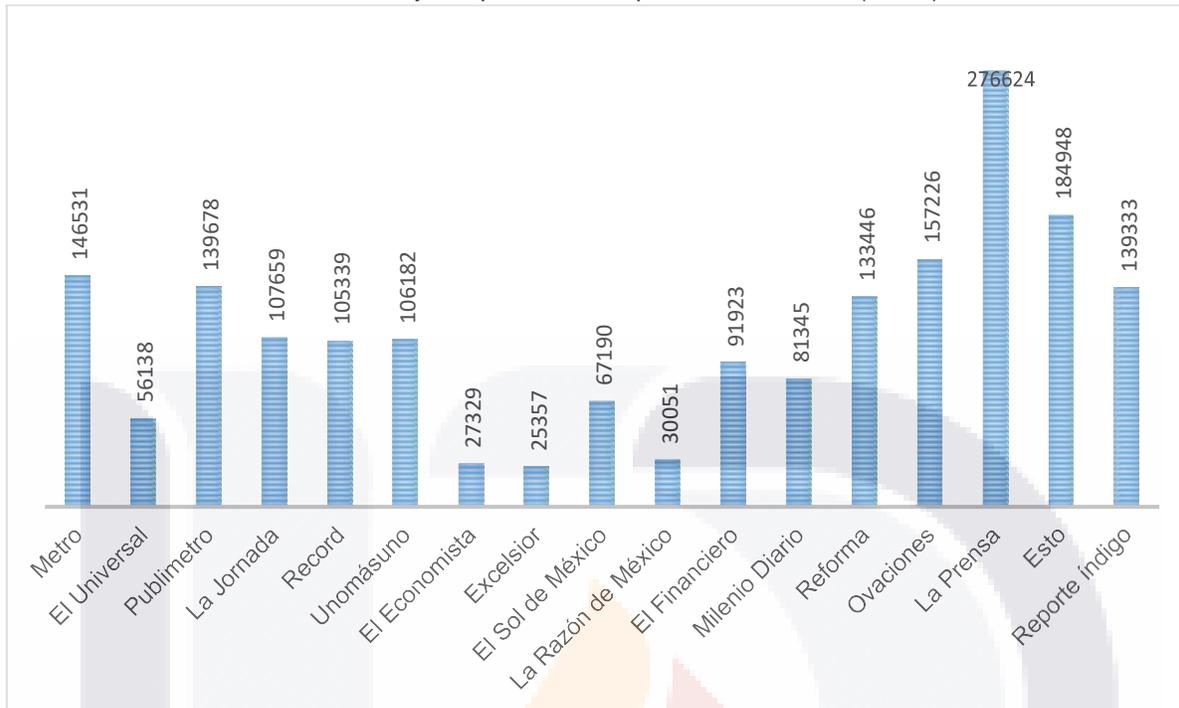
Los hábitos de lectura son tan diferentes. En los estados Unidos y Europa se observa una tendencia estructural de abandono de la lectura de la prensa, pero en los países en desarrollo, la compra de un diario depende del comportamiento macroeconómico. Si la economía del país deja de crecer, la difusión de los diarios cae, pero cuando termina la crisis, las ventas suben de nuevo. La difusión de la prensa en

los países emergentes depende en gran parte de la renta personal disponible, de un mejor nivel de enseñanza y de la formación de una nueva clase media (Martínez Molina, 2010, p. 148).

Estos escenarios permiten debatir y reflexionar sobre los factores para comprender o explicar la permanencia o la desaparición del periódico impreso en contextos específicos. Asumir una postura radical (es decir, hablar de la desaparición de un medio) implicaría anular las realidades tanto tecnológicas como sociales de cada zona geográfica.

La circulación de los diarios y el alcance de los periódicos digitales en México En México, de acuerdo con las estadísticas disponibles (tomadas del Padrón Nacional de Medios Impresos, PNMI, 2016, así como del Instituto Nacional Electoral, INE, 2015), el periódico impreso y el periódico digital participan en un escenario convergente de medios.

Gráfica 1. Tiraje de periódicos impresos nacionales (PNMI).



Fuente: Elaboración propia con datos del PNMI (2016) y el INE (2015).

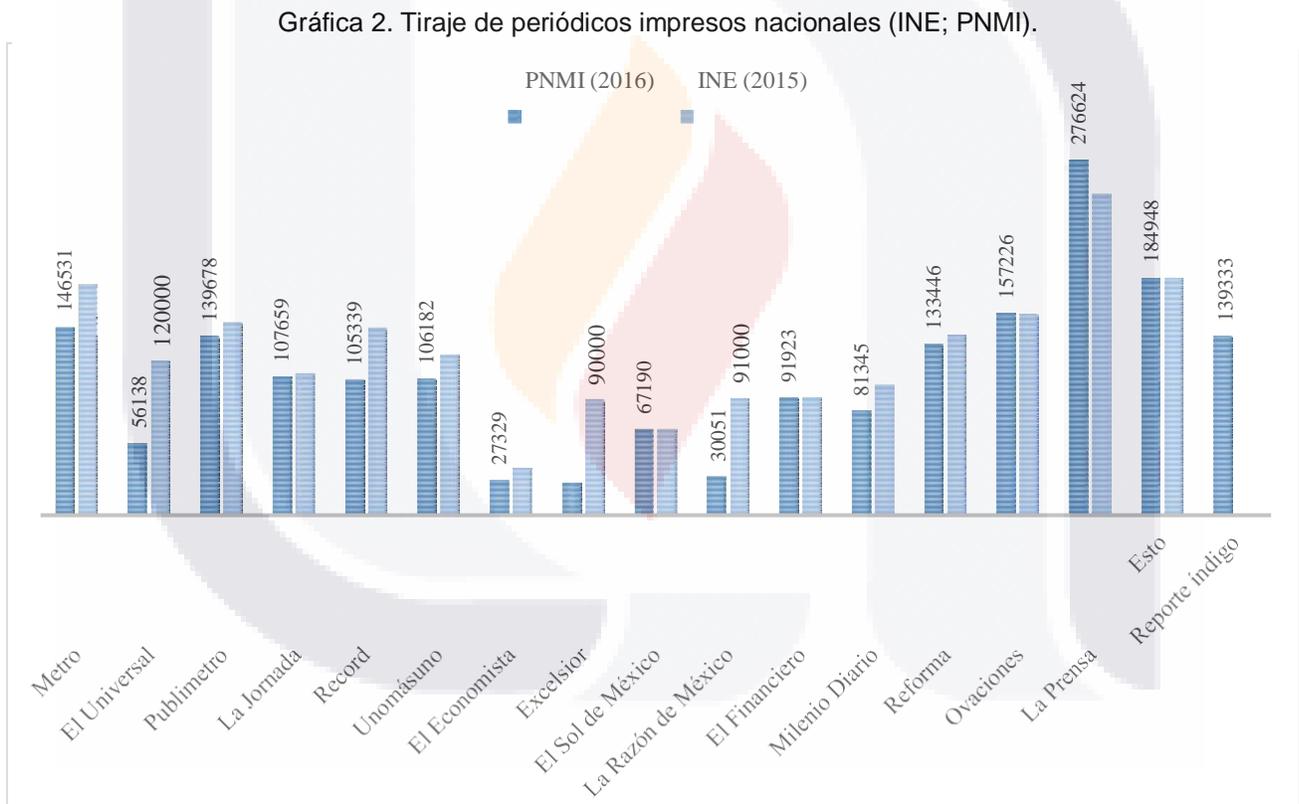
Según datos del PNMI, publicados en 2016, el periódico con mayor tiraje en México es *La Prensa* aunque sólo se distribuye en la Ciudad de México y en las zonas conurbanas, alcanza los 276 mil 624 ejemplares. Esto maneja un tiraje diario de 184 mil 948. Continúa *Ovaciones* con 157 mil 226. Metro con 146 mil 531.

Publimetro ofrece 139 mil 678. *Reporte Índigo* con 139 mil 333. *Reforma* 133 mil 446 ejemplares. Siguen *La Jornada* (107 mil 659), *Unomásuno* (106 mil 182) y *Record* (105 mil 339).

De entre los diarios con mayor tiraje a nivel nacional, también se enlistan *El Financiero* (91 mil 923), *Milenio Diario* (81 mil 345), *El Sol de México* (67 mil 190), *El Universal* (56 mil 138), *La Razón* (30 mil 051), *El Economista* (27 mil 329) y *Excelsior* (25 mil 357).

Estos datos ilustran el escenario de medios en el país, para conocer cuáles son los periódicos con el mayor tiraje, aparentemente. No obstante, estos números coinciden o distan de los presentados por el Instituto Nacional Electoral, INE, en su Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet, 2015.

En la siguiente gráfica se ilustran los números comparativos entre los ofrecidos por el INE y por PNMI. Aunque hay diferencia en cuanto la cantidad de ejemplares de los diarios, los diarios *La Prensa*, *Metro*, *Esto* y *Ovaciones* se confirman como los medios impresos con mayor circulación en el país.



Fuente: Elaboración propia con datos del PNMI (2016) y el INE (2015).

En México, el diario con mayor tiraje es del tipo sensacionalista, *La Prensa*. Por su parte, *Ovaciones* y *Esto* son periódicos deportivos. *Metro* publica contenidos sensacionalistas. Los diarios que continúan, como *Publimetro*, *Reporte índigo* y *Reforma* publican una mayor diversidad de contenidos, principalmente, de carácter político. Este tipo de periódicos se ubican después del tercer lugar, si se considera el tamaño de tiraje de cada diario.

Al parecer, la elección de un tipo de periódico depende de estructuras o recursos objetivos como es el capital cultural. La probabilidad de leer un periódico nacional aumenta siempre con el capital escolar, variando en sentido inverso la probabilidad de leer un periódico regional (Bourdieu, 1998).

De acuerdo con los datos disponibles, se puede describir que en México, también la lectura de los periódicos sensacionalistas está vinculada a al nivel de instrucción básico y básico superior. Por ejemplo, entre los lectores del diario deportivo *Ovaciones*² destaca como el nivel escolar más alto, la preparatoria (66%), profesional (21%) y secundaria (13%). En cuanto a ocupación, la mayoría de sus lectores son comerciantes (41%), empleados (39%), profesionistas (13%), ama de casa (5%) y pensionado (2%). Asimismo, el 81% de los lectores son hombres y las mujeres corresponden al 19%.

Las características de los lectores de *La Prensa*³ son semejantes a los de *Ovaciones*. Igualmente, los hombres dominan (75%), mientras las mujeres representan el 25%. Respecto al nivel de instrucción, el 47% de los lectores cuenta con secundaria (47%), preparatoria el 39%, sigue primaria (10%) y el nivel profesional (4%). Sobre la

² Información actualizada el 25/08/2014, datos tomados del PNMI.

³ Información actualizada el 16/05/2014, datos tomados del PNMI.

ocupación, el 39% es empleado, el 35% comerciante, 13% profesionista, ama de casa (5%) y pensionado (2%).

Quienes leen *Esto*⁴ son personas cuyo nivel de estudio es –principalmente- la preparatoria (56%). Mientras quienes tienen formación profesional representan el 29%, secundaria 14%, y otros grados el 1%. En su mayoría son comerciantes (35%), y después, empleados (28%), profesionistas (18%), estudiantes (16%) y ama de casa (3%).

Es en el caso de La Prensa cuando se reitera la afirmación de Bourdieu (1998) sobre la relación entre el nivel de instrucción bajo y la lectura de periódicos ómnibus. Aunque puede fortalecerse cuando en La Prensa, Esto y en Ovaciones los lectores tienen como principal ocupación la de ser comerciantes y empleados.

En cambio, de los periódicos de información general. *La Jornada*⁵ se caracteriza porque el porcentaje de escolaridad más alto entre sus lectores son los estudios superiores o de posgrado 56%, de educación media superior a básica el 43%, y sólo el 1% no tiene estudios. Tiene más lectores hombres (67%) que mujeres (33%).

*El Economista*⁶ muestra únicamente que el 37.59% de sus lectores son industriales, el 32.81% son profesionistas, comerciantes (18.13%) y el resto (11.47%) tiene otras ocupaciones. Los lectores hombres representan el 68.26% y las mujeres el 31.74%.

*El Sol de México*⁷ tiene lectores cuyo nivel educativo es –principalmente- profesional (43%), preparatoria (39%), otro (15%) y secundaria (3%). En cuanto a

⁴ Información actualizada el 08/04/2014, datos tomados del PNMI.

⁵ Información actualizada el 05/11/2015, datos tomados del PNMI.

⁶ Información actualizada el 22/09/2014, datos tomados del PNMI.

⁷ Información actualizada el 03/04/2014, datos tomados del PNMI.

ocupación, la mayoría son comerciantes (32%), siguen amas de casa (26%), profesionistas (24%), empleado (9%) y estudiante (9%). Sobre el género, 54% son hombres y mujeres son el 46%.

Para el caso de *La Razón*⁸. La mayoría de sus lectores cuentan con licenciatura (67%), después preparatoria (17%), posgrado (15%) y doctorado (1%). Los hombres representan el 54% y las mujeres el 46%.

*Milenio*⁹ no solo describe el nivel de instrucción de sus lectores sino que a la vez, lo especifica. Sus lectores tienen principalmente preparatoria completa (16%), sigue licenciatura incompleta (15%), secundaria completa (15%), licenciatura completa (14%), preparatoria incompleta (14%), carrera técnica (9%), carrera comercial (7%), secundaria incompleta (7%) y primaria completa (3%). El 56% de sus lectores son hombres y el 44%, mujeres.

*Reforma*¹⁰ solo ofrece datos respecto al género, los hombres representan el 68%, las mujeres, el 32%. Y además, señala que el 38% de sus lectores se caracterizan por estar en el nivel socioeconómico A, B y C+, lo cual se traduce en los segmentos de la sociedad con alto nivel de vida y que tiene cubiertas sus necesidades de bienestar. Continúa la categoría D+ (31.46%), es decir, el grupo de personas que tiene cubierta la mínima infraestructura sanitaria de su hogar pero aspira a adquirir bienes y servicios que le hagan la vida más práctica, C (18.95%) define al segmento de la población que ha alcanzado un nivel de vida práctica y con ciertas comodidades y DE (11.38%), el segmento de población con menos bienestar.

⁸ Información actualizada el 29/01/2016, datos tomados del PNMI.

⁹ Información actualizada el 03/09/2015, datos tomados del PNMI-

¹⁰ Información actualizada el 31/03/2015, datos tomados del PNMI.

*Reporte Índigo*¹¹ tiene más lectores hombres (70%) que mujeres (30%). La mayoría de ellos tiene licenciatura (77%), el nivel preparatoria representa el 10%, carrera técnica y maestría el 5%, respectivamente, y el 3% tiene doctorado.

Cuando se trata de periódicos de información general, en México, el nivel de escolaridad de los lectores se ubica entre el nivel medio superior y hasta el posgrado. No obstante, las ocupaciones no son determinantes, entre los lectores de este tipo de medios, hay comerciantes y profesionistas. Entonces, las características objetivas de los agentes no son del todo absolutas.

Un dato común a todos los medios es la prevalencia de lectores más que lectoras. Guillermo Sunkel (2006), el sexo es una mediación importante en los modos de leer la prensa (particularmente, la sensacionalista). El modo de leer de la mujer popular se distingue por el distanciamiento a la ideología “sensacionalista”; se opone a la representación de la mujer en las portadas y el interés por el fútbol le parece ajeno pero sí se involucra con los contenidos violentos (especialmente, los intrafamiliares). Mientras el modo de leer del hombre popular se vincula a la ideología del periódico sensacionalista (por los gustos deportivos y la reafirmación de cierta identidad de género).

En general, la relación entre los periódicos de reflexión o serios con niveles de instrucción altos y con las clases sociales privilegiadas puede no ser casual. En este tipo de medios, las noticias generales son de interés a las clases dominantes, puesto que allí se ven reflejados sus intereses particulares (Bourdieu, 1998).

¹¹ Información actualizada el 22/02/2016, datos tomados del PNMI.

Del mismo modo que el arte “difícil” por oposición al arte “fácil” o el erotismo por oposición a la “pornografía”, los periódicos llamados de calidad requieren una relación con el objeto que implica la afirmación de un poder sobre él, al mismo tiempo que afirmación de la dignidad del sujeto que se afirma en ese poder. Estos periódicos dan al lector bastante más que las opiniones “personales” que necesita; le reconocen la dignidad de sujeto político, capaz de ser sino sujeto de la historia, al menos sujeto de un discurso sobre la historia (Bourdieu, 1998, p.447).

Para Bourdieu (1998), se precisa una relación entre las diferentes clases sociales con sus periódicos y mediante la cual se capta una dimensión de su relación objetiva y subjetiva con el mundo social.

De un periódico se esperan “noticias”, información sobre el conjunto de los acontecimientos (muertes, bodas, accidentes o éxitos) por los que el lector se considera afectado. Sin embargo, son este tipo de noticias las cuales son relegadas por los diarios “serios” (mientras sí son retomadas por los periódicos locales, por ejemplo) (Bourdieu, 1998).

Los periódicos digitales en números: desconocimiento e inconsistencias Como se ha descrito, en México los datos sobre el tiraje de los periódicos impresos es un tanto irregular, en la medida que a pesar del origen de las fuentes (instituciones gubernamentales), al parecer no hay datos certeros ni actualizados. Sin embargo, en el ámbito de los diarios digitales esta circunstancia se agrava, ya que las estadísticas son más inconsistentes, debido a que los propios medios de comunicación no emplean la misma unidad (usuarios, visitas de páginas, etc.).

En su Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2015, el INE ofrece algunos datos:

Tabla 1. Datos sobre el alcance de los periódicos digitales

Periódicos digitales (INE, 2015)	Cantidad de usuarios/pageviews (al mes)	Niveles socioeconómicos
<i>Metro</i>	0	No disponible
<i>El Universal</i>	15 millones	ABC+
<i>Publimetro</i>	3 millones	No disponible
<i>La Jornada</i>	5 millones	ABC
<i>Record</i>	32 millones	ABC
<i>Unomásuno</i>	No hay registro	No disponible
<i>El Economista</i>	933 mil 547	ABC+
<i>Excelsior</i>	6.8 millones	ABC+
<i>El Sol de México</i>	No hay registro	No disponible
<i>La Razón de México</i>	1 millón	ABC+
<i>El Financiero</i>	2.3 millones	ABC+
<i>Milenio Diario</i>	47 millones	ABCD
<i>Reforma</i>	2 millones 393 mil 130	ABC+
<i>Ovaciones</i>	No hay registro	No disponible
<i>La Prensa</i>	No hay registro	No disponible
<i>Esto</i>	No hay registro	No disponible
<i>Reporte Índigo</i>	7 millones	ABC

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (2015).

Como lo especifica el INE, *milenio.com* cuenta con 47 millones de *pageview*. Al mismo tiempo, especifica que sus usuarios se ubican en los niveles socioeconómicos

AB, C y D14¹². Es decir, clase alta, media y baja. No obstante, no especifica porcentajes. A este periódico digital, continúa *record.com.mx* es el periódico digital con mayor cantidad de visitas, tiene 32 millones de *pageviews*. Los usuarios tienen niveles socioeconómicos que los incluyen en los grupos AB, C. En otras palabras, clase alta y media.

La página de *eluniversal.com* tiene 15 millones de usuarios únicos, el nivel socioeconómico de éstos se encuentra es AB, C+, es decir sus lectores pertenecen a la clase más alta en México. En cuanto a condiciones económicas y sociales, *reporteindigo.com* tiene lectores semejantes. Sus usuarios se ubican en los sectores AB, C (clase alta y media), los cuales reproducen 7 millones de *pageviews*. La tendencia es semejante para *excelsior.com.mx*, sus lectores se ubican en las categorías AB, C+ (clase alta y media alta), y realizan 6.8 millones de visitas al mes. Según el Catálogo del INE, *jornada.unam.mx* tiene 5 millones de *pagesviews*, y sus usuarios se ubican en los niveles AB y C (clase alta y media). *Publimetro.com.mx* cuenta con 3 millones de visitas únicas. Sin embargo, no se especifica el nivel socioeconómico de sus lectores. El medio digital *reforma.com* ubica a sus usuarios en los niveles AB, C+ (clase alta y media alta), y registra 2 millones 393 mil 130 usuarios únicos. Por su parte, *elfinanciero.com.mx* tiene 2.3 millones de visitas únicas, quienes las realizan se ubican en los niveles socioeconómicos AB y C+ (clase alta y media alta).

¹² Se entiende que los segmentos AB corresponden a los niveles más altos de vida en México. Son quienes tienen cubiertas sus necesidades de bienestar, cuenta con recursos para invertir y planear el futuro. El estrato C+ tiene cubiertas todas sus necesidades de bienestar pero tiene limitaciones para invertir y ahorrar para el futuro. C es un segmento que ha alcanzado un nivel de práctica con ciertas comodidades pero aspira a mayor bienestar. C- es el segmento que cuenta con lo mínimo necesario para la vida práctica. D+ Este grupo tiene cubierta la mínima infraestructura sanitaria de su hogar, aspira a adquirir bienes y servicios que le hagan la vida más práctica y sencilla. D es un segmento con poco bienestar, ha alcanzado una propiedad pero carece de bienes y servicios satisfactorios. E es el segmento con menos bienestar en el país. Carece de todos los servicios y bienes satisfactorios.

La *razón.com.mx* cuenta con un millón de usuarios que pertenecen a niveles socioeconómicos de las categorías AB y C+ (clase alta y media alta). Mientras *eleconomista.com.mx* cuenta con 933 mil 547 visitas únicas, y sus lectores se localizan en los niveles AB y C+. Sobre el resto de diarios aquí mencionados, el Catálogo del INE, para el 2015, no ofrece datos.

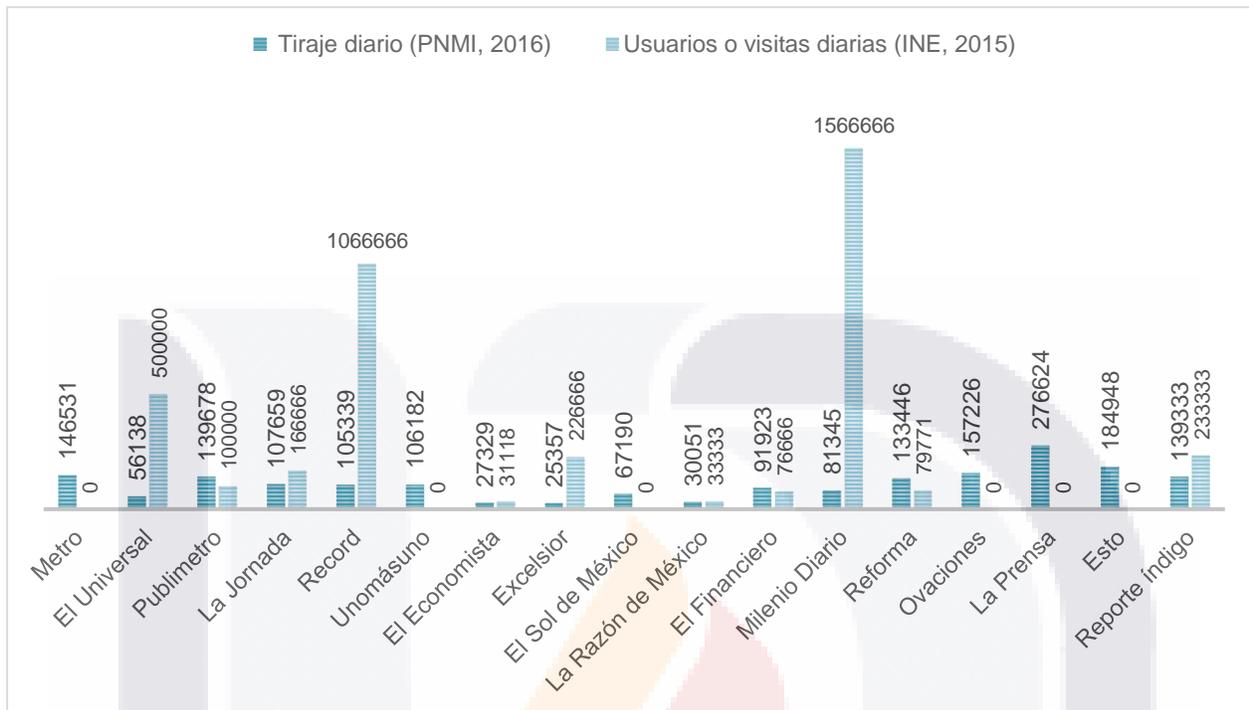
Los medios digitales que se han descrito tienen lectores cuyos niveles socioeconómicos se encuentran en las categorías AB, Cy C+, principalmente, lo que se traduce en que las clases más privilegiadas en México acceden a los periódicos digitales. Aunque tampoco puede ignorarse que los diarios impresos amarillistas no aparecen en el Catálogo del INE.

El diario impreso frente al periódico digital en México

Tras mencionar algunos datos del tiraje de los medios impresos y las visitas o usuarios de los medios digitales, parece pertinente comparar ambos. El Catálogo del INE, 2015, ofrece números cuya cuantificación es mensual, mientras el PNMI brinda promedio de ejemplares diarios.

Si se equiparan las cantidades a visitas o usuarios y tiraje diarios, el alcance de los periódicos digitales y de los diarios impresos se traduce de la siguiente manera:

Gráfica 3. Comparativo de tiraje y visitas/usuarios diarios



Fuente: Elaboración propia con datos del PNMI (2016) y el INE (2015).

Tomando en cuenta los datos del INE (2015), así como considerando cantidades diarias y no mensuales, el fenómeno se invierte. En el caso de los diarios impresos, aquellos con mayor lectura entre los mexicanos son los de carácter amarillista o sensacionalista. Para el caso de los digitales, el medio con más usuarios es *milenio.com* (con un millón 566 mil 666 visitas diarias), y se trata de periódico de información general, aunque continúa *record.com.mx* (un millón 66 mil 666 visitas al día); sigue *eluniversal.com.mx* (con 500 mil visitas diarias). En los casos mencionados, el número de visitas, o en su caso, usuarios, supera a la versión impresa del diario. Sin embargo, después de estos medios digitales ningún otro –según el INE, 2015- supera el tiraje de *La Prensa* (276 mil 624 ejemplares al día). Asimismo, hay otros medios de

comunicación (*jornada.unam.mx*, *eleconomista.com.mx*, *excelsior.com.mx*, *larazon.com.mx*, *reporteindigo.com*) que sus versiones digitales superan a las impresas. En contraste, hay diarios impresos más leídos que sus versiones digitales, como ejemplo: *Publimetro*, *El Financiero* y *Reforma*.

Esta descripción permite ver un panorama complejo sobre la lectura de medios de comunicación porque no es absoluta la primacía del periódico digital sobre el diario en papel. Al contrario, este último también se consolida y encuentra su lugar en un sistema de medios digitales o como se indicó en líneas previas, en la convergencia mediática.

El periódico impreso: sus usos, significaciones y recursos para su vigencia

Igualmente, en el panorama que se ha descrito, el periódico impreso se inserta como un medio de comunicación vigente para determinados grupos sociales (estudiantes y sectores populares) y en contextos particulares.

A pesar de que las alternativas del ciudadano para obtener información son mucho mayores que hace apenas una década, el periódico ayuda a dar sentido a las imágenes que llegan a toda prisa desde otros medios y proporciona el contexto y las explicaciones de lo que acontece alrededor, particularmente entre los estudiantes universitarios, (Parratt Fernández, 2010).

En la India, para los estudiantes, los periódicos son los transportadores principales de información, a pesar de la disponibilidad de otras fuentes (impresas) de noticias como libros, revistas, radio o bien, canales de televisión, teléfono, medios electrónicos (Krishnamurthy y Awari, 2015).

Los periódicos no sólo proporcionan noticias de actualidad, también contienen reflexiones a través de artículos, reportajes y editoriales. En el mundo altamente competitivo de hoy, los periódicos son esenciales para los estudiantes universitarios (Krishnamurthy y Awari, 2015).

La vigencia del periódico impreso en contextos y grupos sociales particulares está vinculada a las diferencias que los lectores encuentran en cada uno de los medios. Es decir, el diario en papel y el periódico digital se describen y se perciben de manera muy diferente por parte de los lectores (Fortunati, Taipale y Farinosi, 2015).

Un periódico impreso se considera como un objeto terminado; en sus dimensiones físicas, encarna el significado y la importancia no sólo de su contenido, sino también de sí mismo como objeto y de la experiencia de usarlo. Los lectores pueden tomar su medida de un vistazo, entender lo grande que es y más o menos el número de páginas que tiene. La lectura de un periódico impreso es una experiencia continua (Fortunati, Taipale y Farinosi, 2015).

Por otra parte, como explican los autores, la lectura en línea es mucho más fragmentada. En primer lugar, los usuarios pierden el sentido de la totalidad del objeto. En segundo lugar, los periódicos digitales son uno de los muchos recursos que ofrece la web. Esto significa que son objetos de tercer orden: el objeto de primer orden es la computadora, el objeto de segundo orden es Internet y el periódico en línea es el objeto de tercer orden. Para acceder a un periódico en línea, primero hay que acceder a los otros dos objetos.

Para Fortunati, Taipale y Farinosi (2015), los periódicos en línea presentan una manipulabilidad radicalmente diferente: un periódico impreso se puede manejar en su

totalidad y acceder inmediatamente a cualquier página. Por el contrario, con un periódico en línea, sólo se tiene acceso a una página a la vez.

Entre otras características relacionadas con la experiencia, cuando el lector ya pagó por un periódico impreso puede interactuar con él, puede prestarlo y manipularlo. Por consecuencia, el periódico impreso –al poder conservarlo- se convierte en parte la memoria social. En contraste, cuando los lectores no son dueños de un periódico en línea, sólo pueden leerlo (Fortunati, Taipale y Farinosi, 2015).

El diario impreso se distingue por ventajas y significaciones frente al periódico digital. Por ejemplo: la calidad de las versiones impresas de diarios europeos es ligeramente superior a la de sus ediciones digitales (Ramírez de la Piscina et al., 2015)

Además, los periódicos impresos tienen un arraigo identitario y cultural con el espacio geográfico donde son difundidos. Los medios de comunicación locales, entre estos los periódicos impresos, están contribuyendo al desarrollo del capital social. De hecho, entre los habitantes de regiones en Australia y Canadá, los periódicos contienen más información y cubren de una manera más amplia los temas de la comunidad (Richards, 2012).

En la comunidad, los miembros consideran de su propiedad los medios locales y, en consecuencia esperan que los medios sigan los intereses de la comunidad, que minimicen la discordia y la división (Richards, 2012).

A la par, como se detalló anteriormente, los medios impresos sensacionalistas y deportivos están vigentes. Sunkel (2006) ha sugerido, por ejemplo, que este fenómeno es visible en la sociedad chilena, debido a las posibilidades que brinda la prensa para vincular a los lectores con la vida cotidiana, las prácticas de lectura y las identidades de los sectores populares.

Para el sector popular esta prensa es relevante en la medida que lo conecta con su propia realidad: el ámbito de lo local-popular; en el reconocimiento de contextos, actores y conflictos; el desenlace de los conflictos (violencia y maldad); con el tiempo en el que ocurren los sucesos (cíclico y de repetición), cuando la percepción sobre que las noticias son parecidas es porque en el fondo todos los relatos hablan de lo mismo (la repetición del drama humano); hay vínculos con los modos de vivir la pobreza (como una fatalidad de la cual es difícil escapar) (Sunkel, 2006).

Lo mismo ocurre en el contexto mexicano, los periódicos sensacionalistas se vinculan y constituyen la identidad de las clases sociales bajas. Son “la sección de sociales de los pobres” porque en estos medios aparecen retratados las personas conocidas y que participan en hechos violentos (Padilla, 2009).

Incluso, el nivel de instrucción o la falta de conocimiento sobre la lectura no representan una limitante para el acceso a los diarios sensacionalista, ya que la información se socializa y se conoce en conversaciones de los demás (Padilla, 2009).

Si la prensa sensacionalista conecta al sector popular con su propia realidad, entonces, se afirma que para estos grupos la lectura no tiene el mismo sentido que en la cultura ilustrada; es un informarse de lo que “nos está ocurriendo a nosotros, de lo que estamos viviendo”; es esta conexión “nosotros” carga de sentido la práctica de la lectura de los sectores populares (Sunkel, 2006).

En suma, a pesar de un escenario de medios de comunicación digitales, el periódico impreso encuentra su espacio como fuente de información en grupos de lectores y en contextos particulares, y trae consigo cargas simbólicas como fuente de información y como reflejo de la vida cotidiana.

El consumo de información en dispositivos tecnológicos móviles y en redes sociales virtuales

Tras citar casos de periódicos impresos que han desaparecido, de mencionar datos sobre la circulación de los diarios y del alcance de los medios digitales, así como de hablar de las significaciones que tienen los periódicos en papel entre los estudiantes, los sectores populares y las comunidades, otra de las tendencias es el consumo de información en dispositivos tecnológicos móviles y en redes sociales virtuales.

Para Leopoldina Fortunati (2005), Internet ha sido un terreno adecuado para la difusión de noticias fuera de los medios de comunicación clásicos. Para la autora, la propia estructura de la *web* caracteriza la lógica funcional de la difusión sobre contenidos noticiosos.

Internet está reforzando su identidad como un medio masivo pero también tiene la posibilidad de modificarse. En las redes móviles, la difusión de la noticia supone un cambio sustancial en la misma connotación de la noticia. A medida que el medio es el mensaje, una noticia que llega al teléfono móvil pasa de ser pública a personal, a estar en un espacio íntimo (Fortunati, 2005).

Al estar la televisión, la radio, la prensa en Internet, y que la *web* sirva para la difusión de las noticias parece configurar un metamedio con una organización y configuración específica, que devalúa el sentido de tiempo y reconfigura el entendimiento de espacio (Fortunati, 2005).

De este modo, los dispositivos móviles contribuyen a la rutinización del consumo digital de información. No es necesario tener una computadora con conexión a Internet para acceder a contenidos sino que el celular se vuelve un medio para consultar las

últimas noticias, ya sea en aplicaciones de los medios, en el navegador o desde las redes sociales (Suárez Villegas y Cruz Álvarez, 2015).

Mimi Sheller (2014) sugiere que los teléfonos celulares al difundir y permitir el consumo de noticias generan nuevas temporalidades, espacios y escalas. A la vez, la lectura de información permite la participación, la personalización y la proliferación de las noticias.

Con la aparición de diversas interfaces móviles y redes personalizadas conectadas desde dispositivos, las noticias son visitadas "por demanda", son etiquetadas, "curadas", agregadas y redistribuidas (Sheller, 2014).

Además, en los medios digitales, los contenidos informativos se ofrecen "a la carta", la redistribución de los lugares y espacios. Y al momento de producción noticias, el consumo transforma el contenido, el estilo y la temporalidad del evento (Sheller, 2014).

Es decir, no solo los dispositivos móviles modifican las dinámicas de consumo de información sino que la misma participación y rutinas del usuario reestructuran los hechos noticiosos, ya que el teléfono celular es el dispositivo más vinculado a la identidad del usuario. "nuestro móvil conecta con lo que somos, con dónde estamos, con lo que nos rodea... con lo que nos gusta y con lo que necesitamos" (Aguado y Castellet, 2010, p.128).

La plataforma móvil refuerza algunos rasgos de valor añadido de la información en Internet -como la inmediatez, la personalización y la participación- como la capacidad de adecuar el contenido a la situación del usuario (Aguado y Castellet, 2010, p.131).

Además, en el escenario, las redes sociales virtuales adquieren relevancia para el consumo de información noticiosa. Según Alejandro Rost, Fabián Bergero, Lieza Solaro y Sebastián Espiño (2013), los medios realizan en las redes sociales lo mismo que hacían con las primeras versiones *online* de la década de 1990: predomina el volcado automático de contenidos desde los sitios web de los medios a las redes sociales.

Rost, et al. (2013) sugieren que las redes son concebidas como recursos para incrementar las audiencias, para generar comunidad y advierten la voluntad del usuario por participar al compartir noticias, comentar, preguntar, criticar, aportar datos, marcando noticias como “favoritos”, incluso, recomiendan seguir determinado perfil.

De tal manera que las redes sociales virtuales se convierten en promotoras del periodismo digital, debido al rol que juegan en la difusión de noticias. Lo cual supone un acceso diferente a la información si se compara con los medios de comunicación tradicionales (Thuseethan y Vasanthapriyan, 2015).

No obstante, sobre el uso de redes sociales virtuales, Mo Jang y Josh Pasek (2015) plantean que *Twitter* para el consumo y difusión de noticias se subestima. Los autores describen, *Twitter* se trata como una red social llena de mensajes sobre los problemas del mundo y los eventos mediáticos clave como elecciones, fusilamientos masivos, eventos deportivos, desastres naturales pero también es una red social personal.

Por esta razón, es necesario dudar de la posibilidad de comparar la cantidad de los *tweets* con la generación de noticias. En *Twitter* hay élites generadoras de contenido noticioso, por lo tanto esta red social más que difundir información divulga opiniones (Janga y Pasekb, 2015).

Aunque el consumo de información en redes sociales virtuales y en dispositivos móviles va más allá de las dinámicas individuales y personalizadas y alcanza a las colectividades. El uso de dispositivos tecnológicos móviles para informarse es común entre los activistas sociales, como sucedió en el Movimiento 15M (España) y en el *Umbrella Movement* (Hong Kong), (Fernández-Planells, 2015).

Reflexionar sobre las maneras en que los dispositivos tecnológicos móviles y las redes sociales virtuales se constituyen como proveedores de información no significa aceptar la desaparición de los periódicos impresos. Para Fernández- Planells (2015), los medios de comunicación digitales y los tradicionales conviven y se complementan, aunque los últimos están perdiendo su rol privilegiado.

Los dispositivos móviles ganan terreno como fuente de información y como recurso testimonial de los hechos. Y se han convertido en las principales pantallas de acceso a la información entre los activistas de los movimientos sociales en red (Fernández-Planells, 2015).

Recapitulando, el periódico impreso no sólo ha enfrentado un proceso de migración al soporte digital, o en su caso, los retos que implica nacer en Internet. Sino que el periodismo ha tenido el desafío de adaptarse a dispositivos móviles y a la dinámica de redes sociales virtuales para el consumo de información. Al parecer, los usuarios jóvenes emplean –cada vez más- los teléfonos y las redes sociales como fuentes de información, desplazando al periódico digital, o bien a los medios de comunicación tradicionales.

Frente la proliferación de los medios digitales, de los dispositivos tecnológicos y del consumo de información en redes sociales, el periódico impreso encuentra un lugar en grupos sociales que distinguen en él su capacidad de manipulación y su contribución

al desarrollo del capital social. En otras palabras, la vigencia del periódico impreso se inserta en la convergencia mediática con el escenario siguiente:

Ilustración 3. Escenario del periódico impreso en la convergencia mediática



Fuente: Elaboración propia

Cómo es posible comprender la inserción del periódico impreso en la vida cotidiana, puesto que desde los comienzos de la migración digital -en la década de los noventa- se auguró la desaparición del diario en papel, y en zonas geográficas aún sigue vigente.

En este planteamiento cuyo propósito fue recuperar la dimensión cultural de la prensa, desde las diferentes maneras de consumo de información, a partir de la convergencia mediática (la migración del periódico impreso al formato digital, el consumo de información en dispositivos móviles y redes sociales, así como la vigencia del periódico impreso, estadísticas, y las significaciones del mismo), la vida cotidiana y,

específicamente, las prácticas culturales se representan como espacios y recursos para comprender la inserción del periódico impreso.

La vida cotidiana y prácticas culturales: espacios y significaciones para estudiar el periódico impreso

Desde el entendimiento de la dimensión cultural, la vida cotidiana se presenta como un espacio de prácticas que permiten al sujeto negociar y redefinir sus relaciones con los medios de comunicación, y en particular con el periódico impreso. Entonces, cuando se habla de la vida cotidiana no se concibe como una dinámica banal sino como un espacio complejo, definible y problematizable.

La vida cotidiana implica un proceso de interrelaciones constantes, que se construye día a día, hora a hora; allí se forman los sujetos en cada espacio sociocultural y en cada periodo histórico concreto (Ademe, 2015). En otras palabras, cada sociedad, grupo o sujeto tiene su propia vida cotidiana que corresponde a un momento (contexto) dado.

Por estas razones, la cotidianidad se torna diferente, más compleja y contradictoria. A la vez, implica ámbitos diferenciados y relativamente separados unos de otros, en los cuales los sujetos tienen que aceptar y adjudicarse roles diferentes: lo escolar, lo doméstico, lo laboral, lo festivo, los espectáculos, lo político, lo jurídico, las diversiones, las fiestas, los viajes, entre otros (Adame, 2015).

La vida cotidiana, la ha descrito Vigotsky (1977) como cargada de rutinas y símbolos, construidos mediante interacciones grupales. Según Wenger (2001) también implica los procesos de intersubjetividad que sirven para la construcción de los saberes de quienes practican la vida social en determinados contextos. Y a la vez, éstos últimos

adquieren relevancia cuando son los escenarios de las prácticas donde los sujetos realizan sus acciones (Berger y Luckmann, 1968).

Villegas y González (2011) sostienen que la vida cotidiana es contradictoria, ya que por un lado es homogénea para los miembros de una comunidad. Sin embargo, como lo afirma Heller (1998) es distinta para todos si se mira de cerca.

“Cuando un ser humano realiza una acción o despliega un comportamiento, tales hechos poseen características únicas. Por ejemplo, todos comemos, dormimos, nos vestimos; sin embargo, cada quien lo hace a su manera” (Villegas y González, 2011, p. 37). De Certau (1996) explica que, a cada acción de la vida cotidiana, todo ser humano le coloca una huella individual e idiosincrática. En esta declaración sobre sí mismo se exterioriza el sujeto (Heller, 1998, p. 96).

Entonces, la vida cotidiana es el lugar donde –al mismo tiempo- el sujeto interioriza y exterioriza valores, significaciones, hábitos, costumbres, discursos. Por esta razón, la vida cotidiana es una fuente de información acerca de lo social (Villegas y González, 2011).

Para Bisbal (1999), la vida cotidiana representa y tiene un papel importante: es un espacio que copa la existencia conformando la propia cotidianidad de las realidades vividas y sufridas; dentro de la vida cotidiana se construyen y deconstruyen signos, discursos, se reciben infinidad de mensajes mediáticos, que permiten al sujeto reconocerse e identificarse en los mismos.

Ilustración 4. La dimensión cultural: la vida cotidiana para comprender la vigencia del periódico impreso



Fuente: Elaboración propia

La vida cotidiana, que incluye a las prácticas culturales, representa un punto de partida para reflexionar la relación del sujeto con los medios de comunicación. Para Martín Barbero (2010), las prácticas culturales dentro de la vida cotidiana implican contextos complejos. Este tipo de reflexiones han permitido estudios sobre la memoria, las identidades, los movimientos de resistencia y reapropiación de las “nuevas tecnologías”, así como sobre los usos sociales de los nuevos medios o de sus nuevas formas de presencia en la vida de la gente (Martín Barbero, 2010).

La tendencia de los estudios de comunicación a moverse de los medios al espacio de recepción, es una necesidad de entender a la comunicación como un objeto

de estudio tejido a la vida cotidiana (Orozco Gómez, 1990). Esto implica el intercambio simbólico, la producción de la identidad individual y colectiva, las prácticas sociales y la circulación de una subjetividad múltiple. Pensar a los medios desde las prácticas culturales es una ruptura (Martín Barbero, 1990).

En síntesis, la vida cotidiana en su relación con los medios de comunicación, y en particular con el periódico impreso, permite dos rutas para el abordaje de objetos de estudio: es posible pensar la cotidianidad desde los medios. Y a la inversa, pensar a los medios desde la cotidianidad.

La vida cotidiana desde los estudios culturales: posicionamiento teórico y epistemológico para comprender la vigencia del periódico impreso

Grossberg (2010) ha explicado que los estudios culturales: describen cómo las vidas cotidianas de las personas están articuladas por la cultura y con ella; investigan cómo las estructuras y fuerzas particulares que organizan las vidas cotidianas empoderan o desempoderan a las personas; investigan cómo las vidas cotidianas se articulan a las trayectorias del poder político y económico; exploran las posibilidades históricas de transformación de las realidades vividas; se ocupan del papel de las prácticas culturales en la construcción de los textos de la vida cotidiana como configuraciones de poder y se ocupan de cómo las relaciones de poder son estructuradas por las prácticas discursivas que constituyen el mundo. Entre otros propósitos.

La complejidad de la vida cotidiana repercute en considerar al “contextualismo radical” como el corazón de los estudios culturales (Grossberg, 2010). El interés es comprender la complejidad del mundo social y para ello habrá que asumir que ningún elemento puede aislarse de sus relaciones. Los estudios culturales están

comprometidos con esas relaciones y sus efectos. El punto de intersección de estas relaciones son las prácticas culturales.

Al hacer hincapié en el contextualismo radical, la teoría es un recurso y debe ser usada estratégicamente para responder a un proyecto particular, a cuestiones y a contextos específicos. La teoría y el contexto se constituyen y se determinan mutuamente (Grossberg, 2010).

Los estudios culturales reflexionan sobre el contexto y las relaciones del mismo; el contexto es el comienzo y el final de las investigaciones; incluso, los estudios culturales buscan cambiar el contexto de su propio trabajo (Grossberg, 2010).

El esfuerzo de los estudios culturales por estudiar la vida cotidiana conlleva una perspectiva interdisciplinaria (Grossberg, 2010). Por lo tanto, el estudio sobre la comprensión de la vigencia del periódico impreso en la convergencia mediática, debe pensarse no sólo desde la comunicación sino la misma naturaleza del problema obliga a entablar diálogos con otras disciplinas de las ciencias sociales.

Pregunta de investigación.

Recapitulando, esta investigación parte de reconocer a los medios de comunicación como instituciones multidimensionales. Desde la dimensión cultural, se ha buscado reconocer la convergencia mediática y en este sentido, la vigencia del diario impreso, a través de citar datos estadísticos, abordar las significaciones que los medios tienen para los lectores. Al mismo tiempo, este panorama se ha ubicado desde la comprensión de la vida cotidiana y las prácticas culturales.

Dicho planteamiento prioriza la relevancia de lo social, de la relación que los lectores establecen con los periódicos. Tras este recorrido se formula la pregunta de

investigación *¿Cuáles son las prácticas culturales que insertan al periódico impreso en la vida cotidiana?*

En otras palabras, el **objetivo** de esta tesis es comprender la vigencia de los diarios impresos en la vida cotidiana, al identificar las prácticas culturales de los lectores.

Objetivos particulares:

- Identificar las prácticas lectoras de los sujetos para la aproximación al periódico impreso.
- Identificar las significaciones del periódico impreso en la vida.
- Definir los rasgos culturales de los lectores de periódicos impresos.
- Caracterizar la trayectoria del sujeto como lector de periódicos impresos. cotidiana.

¿Cómo se estudia el periódico impreso en la convergencia digital?

(Estado del arte)

El estado del arte pretende dar cuenta de las directrices en los estudios sobre periódicos impresos. Es así que trabajos académicos sobre “convergencia mediática”, “hábitos de lectura” y “estudios sobre periódicos regionales” constituyen este apartado.

Cabe mencionar que las categorías para organizar los estudios fueron propuestas posteriormente a la lectura de los trabajos, y aunque su clasificación pudiera hacerse en términos del origen de las investigaciones, de la metodología empleada, etcétera, se eligió una clasificación que permitiera posicionar temáticamente la tesis que aquí se desarrolla, y después reflexionar, principalmente, sobre las aportaciones metodológicas que puedan derivarse del estado del arte.

Convergencia: estudios sobre la fusión de los periódicos impresos con otros medios de comunicación

En esta categoría se incluyen trabajos académicos, cuyo tema central es el análisis de las maneras en cómo los periódicos impresos convergen con otros medios de comunicación y con diferentes formatos para la presentación de información.

Domínguez Martín (2015) en *Periodismo inmersivo o cómo la realidad virtual y el videojuego influyen en la interfaz e interactividad del relato de actualidad* expone que el periodismo inmersivo es una tendencia novedosa que amplifica el impacto del relato mediante la creación de una experiencia sensorial e interactiva; es una forma narrativa que fomenta el rol activo del usuario en el relato (Domínguez Martín, 2015).

Del periodismo transmedia al replicante. Cobertura informativa del contagio de ébola en España por elpais.com es una investigación que abordó la convergencia de contenidos, particularmente a través de las narrativas transmedia, las cuales se han convertido en estrategias para los universos ficcionales y documentales.

Los autores, Costa-Sánchez, Rodríguez-Vázquez y López-García (2015) consideran que el estudio sobre la narración de hechos tiene atención menor en el ámbito académico y partiendo de este argumento, analizan Elpaís.com para reflexionar sobre el uso de las posibilidades transmedia.

Times are a changin: How a merger affects the construction of news processes (de los autores Ferrucci, Russell, Choi, Duffy y Thorson, 2015) ofrece un análisis etnográfico sobre la fusión de los medios *St. Louis Beacon* y la radio pública de *San Luis*.

Uno de los objetivos fue analizar cómo se producían las noticias antes y después de la convergencia de medios. De acuerdo con los hallazgos es posible discutir sobre las funciones especializadas, las modificaciones técnicas, y los cambios en las rutinas de trabajo (Ferrucci, Russell, Choi, Duffy y Thorson, 2015).

Por su parte, Fortunati (2005), en *Mediatization of the net and internertization of the mass media*, sostiene que el impacto de Internet se visualiza a través de la mediatización de la red fija (computadora/Internet) y móvil (internet /teléfono móvil), y de la 'internetización' de los medios de comunicación clásicos.

El impacto de Internet en los medios de comunicación tradicionales sólo se puede entender si se contempla un proceso circular entre los medios de comunicación tradicionales e Internet, ya que –en este escenario- el entorno comunicativo está desarrollando gracias a la capacidad transmedial de las noticias (Fortunani, 2005).

Igualmente, *Listening to pictures: Converging media histories and the multimedia newspaper de Good (2015)* analiza la convergencia tecnológica en los periódicos, desde principios del siglo XX. Concluye que los periódicos siempre han estado experimentando y reuniendo medios de comunicación existentes y emergentes.

En consecuencia, es necesaria una perspectiva histórica más amplia en las discusiones sobre la convergencia del periodismo digital para reflexionar sobre las mezclas de medios de comunicación, las formas sensoriales y las maneras narración que han aparecido frecuentemente en los periódicos, durante los momentos de transición tecnológica (Good, 2015).

Digital Media in Ecuador. Future Perspectives (de los autores de Punín, Martínez y Rencoret, 2014) presenta cómo los medios de comunicación han afrontado a Internet, al considerar que el avance tecnológico obliga a evolucionar.

Tras el análisis de los principales medios digitales de Ecuador, los autores destacan la falta del dominio de los entornos tecnológicos, y la escasa vinculación del proyecto empresarial y periodístico con soportes tecnológicos e innovadores, como el uso de redes sociales. Debido a esto, presentan una guía detallada de las debilidades y las fortalezas de cada medio digital. Asimismo, este trabajo propone tendencias para que los medios puedan encaminarse en los entornos digitales, asumiendo a las herramientas tecnológicas como oportunidad de negocio y de servicio (Punín, Martínez y Rencoret, 2014).

Un ejercicio similar se realiza en el trabajo *Online and print newspapers in Europe in 2003. Evolving towards complementary*, de Van Der Wurff, Lauf, Balcytiene, et Al. (2008), quienes evalúan periódicos europeos, después de diez años de estar en la web.

Los autores compararon las páginas digitales e impresas de 51 periódicos en 14 países, durante 2003. Tras el análisis, los periódicos digitales se presentan como medios de comunicación que complementan a los diarios impresos, debido a sus características: la posibilidad de selección de contenidos, la interactividad personal y la actualización de contenidos (Van Der Wurff, Lauf, Balcytiene, et Al., 2008).

Igualmente, el trabajo *De lo impreso a lo digital. La migración de los periódicos impresos en América Latina a los entornos digitales* de Castellanos Díaz (2011) analiza la convergencia del diario en papel con Internet.

El autor se centró en los medios más influyentes de Colombia y sus países fronterizos en el ámbito de lo digital, al que migraron tras las exigencias de la sociedad de la información. El análisis es sobre diez periódicos digitales, considerando categorías relacionadas con la forma y fondo de los medios periodísticos en la web: multimedialidad, hipertextualidad, interactividad, instantaneidad y universalidad. El estudio concluye que: la escritura y las imágenes estáticas aún constituyen el lenguaje de los nuevos medios; los periódicos limitan las opciones de micro y macro navegación. Sin embargo, la interacción con el público aumenta debido a las redes sociales virtuales (Castellanos Díaz, 2011).

Por último, a esta categoría se agrega el texto *Periodismo lento (Slow Journalism) en la era de la inmediatez. Experiencias en Iberoamérica*, el cual contiene un análisis sobre cinco medios de comunicación que –frente a la convergencia digital– han optado por modificar sus formatos para la presentación de noticias.

Barranquero Varretero y Rosique Cedillo (2015) explican que el “periodismo lento” es aquel que emerge como reacción a la tendencia dominante a la inmediatez y la primicia, e invita a repensar los tiempos necesarios para producir y consumir una

información rigurosa, creativa y de calidad. *Jot Down*, *FronteraD*, *La silla vacía*, *Anfibia* y *El puercoespín* (nacidos a finales de 2000) son ejemplos de estas dinámicas, además son medios nativos digitales, dirigidos a lectores especializados que demandan una recepción periodística más pausada.

De esta manera, a pesar de la inmediatez en la información, hay lugar para las iniciativas periodísticas *slow*, ya que existen lectores interesados en publicaciones de largo formato y enraizadas en las fórmulas clásicas del periodismo narrativo y de investigación (Barranquero Varretero y Rosique Cedillo, 2015).

En la categoría “convergencia” se citaron ejemplos de estudios, cuyo interés es el análisis del periódico digital o del impreso en su introducción a Internet o bien, a otros medios de comunicación. Asimismo, se incluyeron investigaciones preocupadas por la mezcla de formatos y géneros periodísticos.

Hábitos de lectura: abordajes sobre el consumo de información en periódicos impresos

La categoría “hábitos de lectura” recopila investigaciones relacionadas con las dinámicas de consumo de información en los diarios impresos. Generalmente, buscan el contraste entre medios de comunicación, las maneras en cómo se insertan en la vida cotidiana a partir de los hábitos de lectura y las significaciones que los lectores otorgan a los medios.

El trabajo *Consumo de medios de comunicación y actitudes hacia la prensa por parte de los universitarios* de Parratt Fernández (2010) contrasta las tendencias en el acceso a contenidos noticiosos, a través de la aproximación de los universitarios a los medios de comunicación.

La autora aplicó encuestas a estudiantes de la Universidad Complutense (Madrid) con el objetivo de trazar mapas de consumo, analizó la credibilidad que otorgan a los medios y el tiempo que dedican a la lectura en general; se propuso encontrar las causas al desinterés por el periódico impreso y a la vez conocer las motivaciones de quienes se declaran consumidores de prensa.

Los resultados revelan que menos de la mitad (47%) recurren a los diarios principalmente para estar informados de las noticias más importantes. Otros lectores conciben a la prensa como un elemento lúdico y didáctico: un 23% sitúa el placer de leer como el principal motivo para acceder al periódico y un 21% señala el formarse como su mayor motivación. Sólo un 4% recurre a él como complemento de otros medios (Parratt Fernández, 2010).

Print and online newspapers as material artefacts de Fortunati, Taipale y Farinosi (2015) es un estudio cuyo objetivo fue investigar los hábitos de consumo de noticias. Así como la percepción de los periódicos impresos y en línea como objetos.

El estudio contempló el marco teórico de la microsociología de objetos; la etnografía de los medios de comunicación; la biografía de objetos tecnológicos, autobiografías tecnológicas y la historia del periodismo como recursos para describir a los medios de comunicación como objetos (Fortunati, Taipale y Farinosi, 2015).

Igualmente, las preguntas de investigación rectoras fueron: ¿cuáles son las principales características físicas de los periódicos impresos y periódicos en línea como "objetos" percibidos por los usuarios? Y ¿cuáles son los usos concretos de estos dos tipos de periódico?

Se trató de una investigación cualitativa con tres herramientas metodológicas. La primera consistió en el análisis de ensayos de 19 estudiantes (de la Maestría en Comunicación Multimedia y Tecnologías de la Información de la Universidad de Udine). Los estudiantes reflexionaron sobre el aspecto físico de los *Print and online newspapers as material artefacts* de Fortunati, Taipale y Farinosi (2015) es un estudio cuyo objetivo fue investigar los hábitos de consumo de noticias. Así como la percepción de los periódicos impresos y en línea como objetos.

El estudio contempló el marco teórico de la microsociología de objetos; la etnografía de los medios de comunicación; la biografía de objetos tecnológicos, autobiografías tecnológicas y la historia del periodismo como recursos para describir a los medios de comunicación como objetos (Fortunati, Taipale y Farinosi, 2015).

Igualmente, las preguntas de investigación rectoras fueron: ¿cuáles son las principales características físicas de los periódicos impresos y periódicos en línea como

"objetos" percibidos por los usuarios? Y ¿cuáles son los usos concretos de estos dos tipos de periódico?

Se trató de una investigación cualitativa con tres herramientas metodológicas. La primera consistió en el análisis de ensayos de 19 estudiantes (de la Maestría en Comunicación Multimedia y Tecnologías de la Información de la Universidad de Udine). Los estudiantes reflexionaron sobre el aspecto físico de los medios, incluyendo la propiedad, el dominio de los objetos, el intercambio físico; la variedad de usos que se extienden más allá del concepto de estos como herramientas de información; la ritualización de su compra; los gestos y posturas mientras se leen los mismos; la emoción evocada por los objetos; y la memorización de noticias (Fortunati, Taipale y Farinosi, 2015).

La segunda herramienta de investigación: la observación etnográfica. Con esta técnica se recogieron 21 casos de observación en varios lugares: bibliotecas públicas, trenes, y en un kiosco. Los elementos observados fueron los siguientes: duración de la observación, rango de edad de las personas observadas, el tipo de dispositivo de lectura, lugar de lectura y la postura para la lectura, las prácticas de uso (lectura individual o con otra persona, la búsqueda de los títulos más interesantes, etc.), los gestos, y la distancia entre el cuerpo y el dispositivo de lectura. Este método permitió al investigador observar el comportamiento de los sujetos sin ser parte activa de la situación (Fortunati, Taipale y Farinosi, 2015).

Por último, los autores realizaron entrevistas a expertos sobre la lectura y la escritura en distintos soportes (papel y digital). El objetivo de estas fue conseguir

información técnica que ayudó al análisis de contenido de los ensayos de los estudiantes y a la observación etnográfica.

Entre los hallazgos, Fortunati, Taipale y Farinosi (2015) destacan que los periódicos en línea e impresos muestran una gran variedad de usos. Los primeros ofrecen usos relacionados con lo digital pero los impresos tienen usos que van más allá de su diseño inicial.

Los ensayos de los estudiantes muestran los tipos de usos para los periódicos impresos: como una cubierta para evitar ensuciar el suelo o los asientos de coche; como papel para envolver los objetos o regalos; para proteger los objetos frágiles; para el transporte de contenedores de plantas o flores; para limpiar ventanas; para proteger el suelo durante los trabajos de mantenimiento; para llenar bolsas y zapatos; para acelerar la maduración de la fruta; para encender un fuego; como ropa de cama para los animales domésticos y así, sucesivamente.

Por ejemplo, la observación etnográfica permitió encontrar que cuando los periódicos impresos son abandonados en el tren, a menudo se convierten en una lista de compras o de las hojas en las que se expresan libremente la creatividad de los niños. También, algunas personas reutilizan el papel para propósitos artísticos: para la fabricación de “cartón piedra”, collares, pendientes (Fortunati, Taipale y Farinosi, 2015).

Además, los resultados de este estudio pueden ser interpretados a la luz de las perspectivas sociales contemporáneas, las cuales reconocen que los artefactos y sus usos diarios juegan el mismo papel que el discurso diario y el sentido común para el análisis cultural (Fortunati, Taipale y Farinosi, 2015).

No obstante, para los autores, las limitaciones de esta investigación están vinculadas con su enfoque cualitativo, lo que hace que los resultados no sean generalizables. En segundo lugar, los resultados relativos a los gestos, posturas, la ritualización y emociones necesitan estudios mayores. En tercer lugar, el estudio depende en gran medida de las percepciones de los estudiantes y está profundamente vinculado al contexto italiano. Los resultados dependen de la cultura italiana y reflejan algunos hábitos comunes de las personas italianas, como la socialización de las noticias en espacios semipúblicos como bares, cafeterías o transporte público.

Fortunati, Taipale y Farinosi (2015) sugieren que hay una necesidad de desarrollar más estudios etnográficos sobre las posturas y los gestos con el fin de producir una visión integral de las prácticas de usos de periódicos en línea e impresos. Incluso, proponen repetir el ejercicio de ensayo y el estudio de observación etnográfica en otros países para examinar las posibles diferencias en las prácticas de uso diario. Finalmente, consideran que en los medios impresos y digitales puede estudiarse la representación social.

Newspaper Reading Habits among Post-Graduate Students of Karnatak University, Dharwad de C. Krishnamurthy y Veeresh H. Awari (2015) es un estudio que exploró los hábitos de lectura de periódicos entre estudiantes postgrado de la Universidad de Karnatak (Dharwad, India).

Krishnamurthy y Awari (2015) trabajaron con estudiantes de ciencias sociales, humanidades y artes. Y Se centraron en el vínculo de los universitarios con los diarios más importantes de Kannada (*Prajavani, Samyukta Karnataka, Vijayavani, Vijay Karnataka, Udayavani, Kannadaprabha*) y algunos de los diarios ingleses que incluyen el hindú (*Deccan Herald, Times of India y The Indian Express*).

Los objetivos fueron: determinar el propósito de los estudiantes para la lectura de periódicos; conocer el tiempo que dedican para leer periódicos; conocer las diferentes áreas de interés de los diarios; saber las opiniones de los estudiantes hacia la lectura de periódicos y conocer sugerencias para promover hábitos de lectura entre los estudiantes.

El trabajo empleó técnicas de investigación cuantitativa. Los autores aplicaron 120 cuestionarios entre los estudiantes de todas las disciplinas de la universidad. 98 fueron devueltos con una tasa de respuesta del 81,66% y a partir de los mismos pudieron conocer que se leen periódicos en diferentes lugares. La mayoría de los estudiantes, es decir, 65,51% leen los periódicos en albergues (residencias), 24,49% de los estudiantes leen los periódicos en casa y sólo el 10% en la biblioteca.

El estudio también reveló que la mayoría de los estudiantes, es decir, 93,88% prefieren leer la versión impresa de los periódicos y sólo el 6,12% prefieren leer en Internet. Sobre los hábitos de lectura: la mayor parte de los usuarios (67,35%) consideran la mañana como el momento más conveniente para la lectura de periódicos y 77,55% de los estudiantes sienten que el tiempo es importante para la lectura de periódicos. La mayoría de los encuestados (63,27%) coinciden en que la lectura de periódicos ayuda a mejorar las habilidades de lenguaje y comunicación (Krishnamurthy y Awari, 2015).

Ramírez de la Piscina et. Al. (2015) aportan a esta categoría del estado del arte con la investigación *Differences between the quality of the printed version and online editions of the European reference press*. Este artículo se ocupó de la repercusión que las nuevas tecnologías tienen en la calidad de las noticias. Durante los primeros meses de 2013, los autores compararon cinco periódicos europeos, en sus versiones digitales

e impresas: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Financial Times*, *Le Monde*, *Corriere della Sera* y *El País* durante los 3 primeros meses de 2013.

El estudio proporciona datos específicos sobre los índices de calidad de cada una de las versiones y señala que hay un deterioro en la calidad de noticias en línea. Ramírez de la Piscina et. Al. (2015) se cuestionaron: ¿Existen diferencias sustanciales en la calidad de las versiones digital e impresa?, ¿Qué porcentaje de noticias digitales e impresas pasa satisfactoriamente el índice de calidad?, ¿Hay diferencias entre el proceso de elaboración de la misma noticia en formato electrónico e impreso?, entre otras.

En términos generales, la calidad de las versiones impresas es ligeramente superior a la de sus ediciones digitales. Debido a la premura con la se desarrollan las ediciones digitales, son comunes todo tipo de errores, disminuyen los controles de calidad. Todo esto tiene repercusiones sobre la calidad del producto final (Ramírez de la Piscina et. Al. (2015)

El texto *Modos de leer la prensa popular* (derivado de la investigación *Razón y pasión en la prensa popular*) de Sunkel (2006) también se inserta en esta categoría. El documento se rige por las preguntas: ¿Cómo se relacionan los lectores “reales” con *La Cuarta*?, ¿cómo se incorpora este medio en las rutinas diarias de la gente que lo lee? y ¿qué características tiene el consumo de este producto cultural? Sunkel (2006) realizó entrevistas semiestructuradas a las personas que se consideraron como lectores habituales de *La Cuarta* (en Santiago de Chile). En la muestra se incluyeron personas de ambos sexos, lectores jóvenes (entre 20 y 40 años) y adultos (más de 40 años), que se desempeñan en oficios no calificados (cuidadores de autos, lustrabotas, comerciantes, choferes de locomoción colectiva, auxiliar de aseo, peluquera y amas de

casa). Cabe señalar que para la definición de estos criterios se utilizó como parámetro el perfil de lectores del mismo diario.

Para el autor, en el discurso de los entrevistados surge la noción de que la lectura de prensa está circunscrita a ciertos tiempos y contextos. Existen, al menos, cuatro contextos de lectura: el contexto familiar (las personas sienten que “tienen tiempo de leer”; es una lectura reposada). Un segundo contexto es el transporte público (los trayectos hacia el trabajo; ésta es una lectura que está determinada por los tiempos del viaje). Un tercer contexto es el lugar del trabajo (en los tiempos de descanso, en “los ratos libres” y que normalmente es interrumpida). Por último, la calle (la lectura atenta pero fugaz de los titulares en los quioscos en el transitar por las calles de Santiago).

En síntesis, son cuatro contextos de lectura –hogar, transporte colectivo, lugar de trabajo y la calle- que se encuentra asociados a tiempos particulares en la vida cotidiana de los sectores populares: el tiempo de descanso, del viaje, del trabajo y del transitar por las calles (Sunkel, 2006).

La lectura es una actividad que se realiza en forma individual. Sin embargo, el sentido no nace sólo en el momento de leer el diario individualmente sino en los procesos sociales de discusión sobre el material leído, los cuales son posteriores. “Se puede afirmar, entonces, que se lee solo/a pero para conversar sobre lo leído” (Sunkel, 2006, p.279).

Además, los entrevistados ven en el diario un producto que puede acompañar a la persona durante el día, que permite ser leído desde distintos lados y en distintos momentos. El diario se puede volver a leer como buscando una noticia que no se ha leído o relejendo una nota por puro placer, permite que el lector se apropie de su contenido a través de lecturas reiteradas y a su propio ritmo.

Sin embargo, vale la pena detenerse en la pregunta del autor sobre ¿A qué se encuentra asociado el “gusto” por la lectura de ese diario sensacionalista que es *La Cuarta*? En el discurso de los entrevistados, el placer por la lectura aparece asociado principalmente a la percepción de que es comprensible, veraz y entretenida.

En primer lugar, el gusto por la lectura se encuentra asociado a un tema de comprensión. *La Cuarta* gusta porque está escrito en un lenguaje “sencillo”, “directo”, “más popular”. En segundo lugar, está la percepción de veracidad, *La Cuarta* “dice las cosas tal como son”, “no las anda tapando”. La percepción es que el medio “cuenta” las noticias de manera clara y directa. Pero también que las cuenta como en realidad sucedieron, en todos sus detalles y recurrieron al testimonio de quienes vivieron los hechos.

A partir de la identificación del “nosotros” y de la posición del lector, la noción “sensacionalista” se elimina, es una palabra ausente en el discurso de los lectores (Sunkel, 2006). El autor se cuestiona sobre el origen de la palabra y si habría sido elaborada por la élite para nombrar a la de “bajo nivel”; se trata de la existencia de un tipo de prensa frente a otra, es –sin duda- una etiqueta con carga simbólica.

Sunkel (2006) habla de *prensa sensacionalista o amarillista* para referirse a los diarios articulados entre lo masivo y lo popular. Y critica la postura de pensarlos como “focos de perversión moral y espiritual”, un discurso articulado desde las élites intelectuales y políticas.

En cambio, la prensa sensacionalista es un fenómeno cultural cuyas lógicas son diferentes a la “prensa seria”, ya que su estética melodramática es rechazada por el mundo de la educación formal; tiene una lógica cultural que se expresa a través de los grandes titulares, en la que cobra importancia la parte gráfica y que plasma un discurso

fascinado por lo sangriento y lo macabro, por la atención exagerada que se presta a los ídolos de las masas (personajes del mundo del deporte y del espectáculo) (Sunkel, 2006).

En la categoría “hábitos de lectura” hay estudios que abonan a la comprensión e identificación de las significaciones que poseen los diarios, y cómo estos se vinculan a la vida cotidiana.

Estudios sobre periódicos regionales: el valor y reconocimiento de los medios locales en los contextos globales

“Estudios sobre periódicos regionales” incluye una investigación cuyo objetivo fue subrayar la relevancia de los medios locales en la vida cotidiana de los lectores.

El primero de los trabajos es de Richards (2012), *Beyond city limits: Regional journalism and social capital*. El autor estudió la relación entre el periodismo regional y el capital social en dos lugares regionales en Australia y en Canadá, al mismo tiempo, exploró el papel de los medios de comunicación locales para facilitar la comunicación y la comprensión de la comunidad para el capital social regional.

En términos generales, los resultados sugieren que los medios de comunicación locales facilitan la conectividad, ayudan a establecer un contexto para la comunicación del capital social. Igualmente, los periódicos representan medios por excelencia para difundir información de la comunidad. Además, con frecuencia los lectores tienen un sentido de propiedad de “sus” medios de comunicación y, en consecuencia, esperan que los medios se preocupen por los intereses de la comunidad, lo cual minimiza la discordia y la división de los ciudadanos (Richards, 2012).

Reconocimiento de las áreas de interés para la academia sobre el estudio del periódico impreso y digital

El estado del arte que aquí se presenta tuvo el objetivo de construir un mapa que defina y reconozca las áreas de interés para la academia en cuanto al estudio del periódico impreso. Tras la lectura de trabajos relevantes al problema de investigación se constituyeron las categorías “convergencia mediática”, “hábitos de lectura” y “estudios sobre periódicos regionales”. Por otro lado, es posible organizar a estas últimas en categorías mayores, para así posicionar al objeto de estudio frente a los estudios citados.

Es así que se propone “tecnología” y “prácticas culturales” como categorías mayores para ordenar el estado del arte. Cabe señalar que no se trata de una clasificación final y que mucho menos, los trabajos que la integran sean mutuamente excluyentes, sino que hay ejemplos de investigaciones que pudieran ubicarse en diversos espacios.

Ilustración 5. Los estudios del periódico impreso: categorías



Fuente: Elaboración propia

La tesis que aquí se propone se ubica entre los estudios cuyo abordaje es las “prácticas culturales”. Esta etiqueta integra, entre otros, a los trabajos de Fortunati, Taipale y Farinosi (2015), Krishnamurthy y Awari (2015) y Sunkel (2006), cuyas aportaciones dialogan con los objetivos de esta investigación y, por lo tanto, representan antecedentes y caminos a seguir para las decisiones metodológicas.

En términos generales, los estudios realizados para conocer los “hábitos de lectura”, ya sea del periódico digital o impreso son –principalmente- de caracteres cuantitativos o cualitativos pero no mixtos.

Dichos estudios se han realizado en grupos de estudiantes y no en universos más heterogéneos, salvo el trabajo de Sunkel (2006), quien trabaja con individuos, cuyas actividades son “no calificadas”.

Tanto Fortunati et al (2015) y Sunkel (2006) se preocupan por los espacios de lectura, los momentos y las maneras en cómo observarse. Los primeros lo hacen a través de etnografía, mientras el segundo, a través de entrevistas.

Tabla 2. Trabajos relevantes al problema de investigación.

Trabajo/ autores	Pregunta de investigación	Metodología	Hallazgos
Newspaper Reading Habits among Post-Graduate Students of Karnatak University, Dharwad. Krishnamurthy y Awari (2015)	<ul style="list-style-type: none"> -Determinar el propósito de la lectura de periódicos por los estudiantes. -Conocer el tiempo que dedican los estudiantes para leer periódicos. -Conocer las diferentes áreas de interés de los estudiantes en los diarios. -Saber las opiniones de los estudiantes hacia la lectura de periódicos. -Conocer sugerencias para promover hábitos diarios de lectura. 	Cuantitativa. Cuestionarios.	<ul style="list-style-type: none"> -Los estudiantes prefieren leer la versión impresa de los periódicos. -Sobre los hábitos de lectura: la mayor parte de los usuarios consideran la mañana como el momento más conveniente para la lectura de periódicos. - La mayoría de los encuestados coinciden en que la lectura de periódicos ayuda a mejorar las habilidades de lenguaje y comunicación.
Print and online newspapers as material artefacts. Fortunati, Taipale y Farinosi (2015)	¿Cuáles son las principales características físicas de los periódicos impresos y periódicos en línea como "objetos" percibidos por los usuarios? Y ¿cuáles son los usos concretos de estos dos tipos de periódico?	Cualitativa. -Ensayos. -Etnografía (bibliotecas, trenes y un kiosco). -Entrevistas a expertos.	<ul style="list-style-type: none"> -Periódicos impresos y digitales son percibidos de maneras diferentes. -Experiencias. -El periódico impreso se extiende en sus usos. *Cuantitativo. *Gestos, expresiones, comportamientos. *Contexto italiano. *Replicar el estudio.
Sunkel (2006) <i>Modos de leer la prensa popular (derivado de la investigación Razón y pasión en la prensa popular)</i>	¿Cómo se relacionan los lectores "reales" con <i>La Cuarta?</i> , ¿cómo se incorpora este medio en las rutinas diarias de la gente que lo lee? y ¿qué características tiene el consumo de este producto cultural?	Cualitativa. Entrevistas semiestructuradas.	Son cuatro contextos de lectura –hogar, transporte colectivo, lugar de trabajo y la calle- que se encuentra asociados a tiempos particulares en la vida cotidiana de los sectores populares: el tiempo de descanso, del viaje, del trabajo y del transitar por las calles. La lectura es una actividad que se realiza en forma individual. Sin embargo, el sentido no nace sólo en el momento de leer el diario individualmente sino en los procesos sociales de discusión sobre el material leído, los cuales son posteriores. "Se puede afirmar, entonces, que se lee solo/a pero para conversar sobre lo leído" (Sunkel, 2006, p.279).

Elaboración propia.

El campo de la vida cotidiana y las prácticas culturales: conceptos centrales para la comprensión de la vigencia del diario impreso, desde la dimensión cultural (marco teórico)

Desde la economía política de la comunicación y para efectos de esta investigación la dimensión cultural refiere a las prácticas que incluyen el ámbito educativo hasta el laboral, los lazos sociales, las prácticas domésticas, el espacio público; en otras palabras, la manera en cómo los diarios forman parte de la vida cotidiana de los lectores.

Por lo tanto, la vida cotidiana es un campo de acción donde el sujeto constituye y reproduce lo social, es así que el lector posibilita la vigencia del diario impreso. En otras palabras, mirar a la vida diaria representa contemplar el carácter social e individual de los medios de comunicación. Significa proponer un marco conceptual que destaque lo cotidiano y las prácticas culturales, pensadas como representaciones de condiciones estructurales y la negociación del lector con las mismas.

El campo de la vida cotidiana, punto de partida para la reflexión teórica del problema de investigación

El periódico impreso es una institución multidimensional que involucra estructuras tecnológicas, económicas, políticas, socioeconómicas y educativas; la participación de agentes como empresarios, políticos, periodistas y lectores. Reconocer la presencia de todos estos elementos evita determinismos tecnológicos, o discursos catastrofistas sobre la desaparición del periódico impreso, particularmente.

En este apartado, el propósito es aportar una comprensión teórica de la dimensión cultural, a partir de las propuestas teóricas de Bourdieu (2000, 2002) y De Certeau (2002), principalmente. El hilo conductor de este capítulo es la identificación de un campo de la vida cotidiana (Zalpa, 2007), que –a su vez- incluye al campo de la prensa. Para finalizar, se cita a la *práctica cultural* como un concepto que habla de la relación entre el agente y la estructura, que permite comprender la vigencia de los medios de comunicación.

El campo de la vida cotidiana: prácticas y significaciones

El concepto de vida cotidiana evoca a la vida de todos los días, a las acciones que no son extraordinarias y realizadas por los comunes. No obstante, el término es más complejo en la medida que se define como el campo que conjunta a las acciones sociales, a los objetos y a los sujetos ordinarios como objetos de estudio, que contempla la relación problemática entre estructuras y prácticas, lo macro y lo micro, que representa la posibilidad de teorizar actores o agentes que producen acciones, cuyo origen no depende sólo de la sociedad (Zalpa, 2007).

Por lo tanto, la vida cotidiana es un campo de estudio que no se inscribe en una sola disciplina o en una corriente, por el contrario, engloba diversas perspectivas teóricas que enfatizan las temáticas de la vida diaria, el papel de los agentes en la construcción de lo social y las problemáticas metodológicas que derivan del estudio de la vida cotidiana (Zalpa, 2007).

De aquí que los objetos de pensamiento construidos por el científico social deben fundarse en el pensamiento de sentido común de los hombres que viven su vida cotidiana; en otras palabras, las construcciones de las ciencias sociales son, por así decir, construcciones hechas por los actores sobre la escena social (Bourdieu, 2000).

El concepto *práctica* cotidiana ofrece posibilidades para plantear la relación del sujeto con el contexto. De Certeau (2000) también se interesó por el estudio de la vida cotidiana, centrándose en las modalidades de acción. Para el autor, es posible distinguir las "maneras de hacer", de caminar, de leer, de producir, de hablar, etcétera, a partir de una negociación entre un poder dominante y el sujeto, o bien entre la estructura y el agente.

“Estos estilos de acción intervienen en un campo que los regula en un primer nivel (por ejemplo, el sistema de la fábrica), pero introducen una forma de sacar provecho de éste que obedece a otras reglas y que constituye como un segundo nivel imbricado en el primero”. (De Certeau, 2000, p. 36).

En las modalidades de acción, el autor reconoce un espacio de juego y prácticas, que se visualiza a través de la categoría “trayectoria” (huella): “un movimiento temporal en el espacio, la unidad de una sucesión diacrónica de puntos recorridos” (p.41).

Asimismo, a la trayectoria agrega los conceptos estrategia y táctica. La primera refiere al cálculo (o la manipulación) de las relaciones de fuerza venidas de un sujeto de voluntad y de poder (una empresa, un ejército, una ciudad, una institución científica). La "estratégica" distingue un "medio ambiente" para definir lo que es "propio": el poder y la

voluntad (De Certeau, 2000). Concepto que podría estar cercano al habitus de Bourdieu.

Como parte de la estrategia, se incluye la distinción de un lugar propio y el ajeno tienen consecuencias. Lo propio constituye una victoria del lugar sobre el tiempo, es un dominio del tiempo por medio de la fundación de un lugar autónomo. Igualmente, la posición en espacio permite el ejercicio de poder, al observar, medir y controlar. En suma, las estrategias son acciones que, gracias a un lugar de poder propio, elaboran lugares teóricos capaces de articular un conjunto de lugares físicos donde se reparten las fuerzas (De Certeau, 2000).

Por otra parte, táctica será la acción calculada para escabullirse de y entre las estrategias. Es un arte del débil (De Certeau, 2000). Y es un concepto cercano al agente social.

Con “trayectoria”, “estrategias” y “tácticas”, De Certeau (2000) sugiere maneras de pensar las prácticas cotidianas, aunque supone que éstas últimas que son de tipo táctico. “Habitar, circular, hablar, leer, caminar o cocinar, todas estas actividades parecen corresponder a las características de astucias y sorpresas tácticas: buenas pasadas del ‘débil’ en el orden construido por el ‘fuerte’, arte de hacer jugadas en el campo del otro” (p. 46). En general, son las tácticas del sujeto las que brindan la comprensión de las “maneras de hacer” en la vida cotidiana.

Por último, para De Certeau (2000), la constitución de los espacios es fundamental en la reflexión sobre las “maneras de hacer” en la vida cotidiana. Debido a

que el espacio es tratado y modificado. De ahí que los lugares se comprendan como historias fragmentadas. En términos generales, el espacio es un lugar practicado.

Ilustración 6. El concepto de práctica cotidiana y sus elementos, De Certeau (2000)



Fuente: Elaboración propia.

No obstante, resulta necesario reconocer que en las prácticas cotidianas están implícitas herencias del lector, se reconoce que las prácticas emergen formas de acción, tanto subjetivas como objetivas. Es por lo que Bourdieu (2000) propuso al Estructuralismo constructivista y al Constructivismo estructuralista. Con el primero buscó explicar que en el mundo social existen estructuras objetivas, independientes de

la conciencia y de la voluntad de los agentes, que son capaces de orientar o de coaccionar sus prácticas o sus representaciones.

Lo subjetivo y lo objetivo permiten teorizar tanto las prácticas cotidianas como aquellos rasgos que les dan forma y que provienen de fuentes superiores al sujeto, que constriñen y posibilitan el actuar del lector.

Para Bourdieu (2000), las relaciones objetivas también son poderes sociales y posiciones ocupadas en el universo social. Se trata del capital económico, el capital cultural y el capital simbólico.

Pero como se ha dicho, hay relación dialéctica entre lo subjetivo y lo objetivo. Las disposiciones de los agentes, sus hábitos, es decir las estructuras mentales a través de las cuales aprehenden el mundo social, son el producto de la interiorización de las estructuras del mundo social (Bourdieu, 2000).

La búsqueda de formas invariables de percepción o de construcción de la realidad social enmascara diferentes cosas: primeramente, que esta construcción no se opera en un vacío social, sino que está sometida a coacciones estructurales; en segundo lugar, que las estructuras estructurantes, las estructuras cognitivas, son ellas mismas socialmente estructuradas, porque tienen una génesis social; en tercer lugar, que la construcción de la realidad social no es solamente una empresa individual, sino que pueden también volverse una empresa colectiva.

Por lo tanto las representaciones de los agentes varían según su posición (y los intereses asociados) y según su hábito, como sistema de esquemas de percepción y de apreciación, como estructuras cognitivas y evaluativas que adquieren a través de la experiencia duradera de una posición en el mundo social (Bourdieu, 2000, p. 134).

En este planteamiento teórico, el habitus se presenta como un concepto que describe un sistema de esquemas de percepción y de apreciación de las prácticas, lo cual expresa la posición social en la cual se ha construido. Es la clase incorporada. En consecuencia, el habitus produce prácticas y representaciones que están objetivamente diferenciadas. Lo cual es visible cuando el agente elige, conforme a sus gustos, vestimenta, alimentos, bebidas, deportes, amigos, que quedan bien juntos y que les quedan bien, que convienen a su posición (Bourdieu, 1998, 2000).

Lo dicho por Bourdieu (1998, 2000) hace que el lector sea entendido como agente social, que las prácticas cotidianas a través de las cuáles el agente se aproxima y lee un diario impreso se integran por un habitus, en el que se visualiza la herencia objetiva. Es así como el habitus define, distingue y hace referencia a estructuras.

Las prácticas culturales: representaciones microsociales de la inclusión y la exclusión

La vida diaria es un espacio constituido por las prácticas de los sujetos. En esta cotidianidad, el individuo se vuelve artífice de su vínculo con el mundo y la configuración de este, y por lo tanto de su relación con los medios de comunicación.

Esta investigación tiene el propósito de estudiar al periódico impreso desde las prácticas cotidianas. En otras palabras, la relación del lector con los medios de comunicación se comprende solo en el contexto más amplio, atendiendo a las prácticas culturales que abarcan los ámbitos sociales, educativos, comunitarios, colectivos, individuales, entre otros.

Entonces, interesa identificar la lectura del periódico impreso como prácticas culturales. De Certau (1996) concibe las prácticas como maneras, formas o modos de abordar, o de usar un texto; las caracteriza como labores artesanales, insertas en contextos familiares, escolares y sociales. A la vez, las prácticas de lectura se piensan como actos individuales o colectivos de interpretación de textos que permiten aprehender y socializar el conocimiento en debates académicos o políticos (Chartier, 1996).

Es decir, se propone emplear el concepto de práctica cultural para describir, analizar y comprender las maneras en cómo lector “*se relaciona con*” o “*como lee*” el diario impreso y el periódico digital con el interés de comprender cómo el medio se inserta en la vida cotidiana.

Chartier (2010) ha defendido que el problema de la lectura es central. El autor sugiere que, para debatir sobre la comprensión posible de las prácticas culturales, el ejemplo de la lectura es muy apropiado, puesto que en ese terreno se encuentran planteados, como en un microcosmos, los problemas localizados en otros campos y en otras prácticas. Esto significa que la práctica de lectura es representante de prácticas cotidianas y culturales mayores.

Incluso, cuando se pronuncia la palabra “*lectura*”, esta puede ser reemplazada por numerosos términos que designan toda clase de consumo cultural, y es que los sujetos son lectores y, como tales, se corre el riesgo de comprender en la lectura infinidad de presupuestos positivos y normativos (Bourdieu, 2010).

La lectura es un fenómeno multidimensional, es resultado de factores familiares, escolares, mediáticos y económicos que se combinan con la curiosidad, el narcisismo, la rebelión o el deseo de reconocimiento de los individuos. Esto vuelve a la lectura una práctica cultural, cuya estructura está orientada en tres coordenadas (Nivón Bolán, 2015).

La primera coordenada, el nivel macro: la lectura en el ámbito de la vida social para llevar a cabo los aspectos más indispensables de la vida cotidiana. La segunda: la lectura como recurso de comunicación, intercambio, diálogo, contacto, no importa si es una actividad pasiva y solitaria en apariencia. Y la tercera: las condiciones históricas, sociales, personales o micro. De ahí que la lectura es una expresión personal, el lector socializa en su forma de leer, emplea técnicas aprendidas en la escuela, se aproxima a la lectura según sea hombre o mujer, niño o adulto mayor, universitario o habitante de la calle. Los lectores no son indiferentes a la época, a la condición de social o al formato disponible (Nivón Bolán, 2015).

Recapitulando, cuando se piensa en la lectura como práctica cultural es para comprender el sentido de la lectura. En esta reflexión, sustituir el término de práctica cotidiana por práctica cultural es para, como explica Rockwell (2001), vincular los recursos culturales y la evidencia observable de los actos de leer en cierto contexto: los fragmentos de textos y de registros de lo cotidiano que recogemos son inteligibles sólo cuando podemos observar pautas recurrentes, e imaginar el significado que éstas podrían tener para los sujetos involucrados en su producción (p.14).

La distinción entre la lectura como una técnica y la lectura como práctica social tiene consecuencias diferentes. La primera noción se centra en la acción de leer. Mientras, la segunda pone énfasis en las relaciones que la lectura implica; trabajo, educación, familia, debido a esto, la práctica de la lectura debe ubicarse en un tiempo y contexto determinados (Nivón Bolán, 2015).

Las lecturas del periódico impreso, necesariamente, son sociales. La razón de elección de la lectura se realiza en términos de quién acompaña al lector o lo interpela en su mismo acto de leer, en los ambientes de trabajo, de estudio, de recreación, familiares, debido al papel de las instituciones públicas y privadas en la formación y ejercicio del acto de leer. La lectura tiene un sentido social, ya que se define en cada momento de la experiencia y no se vincula necesariamente a grandes objetivos, se constituye en un elemento de definición de las personas como el deporte, el trabajo, la experiencia de participación política, entre otros (Nivón Bolán, 2015).

Asimismo, situar a la lectura del periódico impreso en el término “práctica cultural” significa identificar, como sugiere Chartier (1992), las disposiciones de las comunidades de lectores y las tradiciones de lectura, y el reconocimiento de contrastes en general: tanto los alfabetizados como los analfabetos leen textos, aunque no de la misma manera, y es que la lectura no es una operación abstracta sino es una puesta en obra del cuerpo, es la inscripción en un espacio, la relación consigo mismo o con el otro. En el reconocimiento de estas diferencias, se inscribe un trabajo que aborde las prácticas relacionadas con los textos o producidas por los individuos (Chartier, 1992).

Por lo tanto, un estudio cuyo propósito sea la comprensión de la vigencia del periódico impreso en la vida diaria, a través de las prácticas necesita referir a la lectura de los mismos como una práctica cultural, arraigada no solo en la cotidianidad sino en los contextos sociales, económicos e históricos.

Más allá de visiones deterministas, la construcción social del lector.

Al buscar la comprensión de la vigencia de medios de comunicación en la vida cotidiana, se puede entender, como lo señala Bourdieu (2010), que las prácticas de lectura son producto de las condiciones en las que se ha producido el sujeto como lector. O bien, asumir que el lector se construye socialmente.

Bourdieu (2010) defiende que la lectura obedece a las mismas leyes que las otras prácticas culturales, con la diferencia que es transmitida más directamente por el sistema escolar, es decir, que el nivel de instrucción será un factor primordial en el sistema de los factores explicativos, y el origen social será el segundo factor. Cuando un lector declara su nivel de instrucción, se tiene una previsión que concierne a lo que lee, el número de los libros que ha leído en el año, etc. Es posible hacer inferencias sobre sus maneras de leer e intuir las modalidades de esas prácticas.

En las prácticas se visualizan las condiciones que implican la gestación, crecimiento y evolución, el contexto familiar, social, educativo e histórico. En general, la consolidación de las habilidades del individuo como lector (Pardo Rodríguez y Gutiérrez, 2011). Particularmente, en las prácticas de lectura del diario impreso, la

familia juega su propio rol, debido a que la adquisición del periódico depende de cualquiera de sus integrantes (Hernández Monroy y González Díaz, 2006).

Sin embargo, atribuir la constitución de las prácticas de lectura a los ámbitos educativos y sociales conlleva a una comprensión un tanto reduccionista del fenómeno. Por el contrario, hay prácticas de lectura que no son reductibles a la competencia de los lectores sino que están arraigadas en experiencias individuales o comunitarias (Chartier, 2010).

La escuela sigue siendo clave, pero no da todos los conocimientos y destrezas, hay otros sitios no escolarizados donde también se emplea y expande la capacidad de lectoescritura. Entonces, hay un crecimiento de las situaciones de lectura en el mundo cotidiano de particular interés para los antropólogos (García Canclini, 2015), y para todos los científicos sociales.

Por su puesto, la familia y la escuela importan para formar lectores pero hay otros factores que incluyen las prácticas de lectura como la sociabilidad generacional, el trabajo, las competencias lectoras, las tecnologías a las que se tiene acceso para leer y escribir, el precio de los libros, las revistas y las herramientas digitales (García Canclini, 2015).

Las prácticas culturales de lectura y sus lectores.

Cuando se asume la complejidad de la lectura del periódico impreso como una práctica cultural que no sólo atiende a condiciones estructurales (económicas, sociales, educativas, familiares) sino también a los contextos sociales y a las experiencias

comunitarias puede reflexionarse, como lo hace Chartier (1993), que el lector también se produce socialmente, y por consecuencia es posible desdibujar la constitución de un tipo de lector y aceptar la presencia de “lectores”.

Por una parte, se puede considerar al lector como letrado y eso implica que hay condiciones sociales de producción de este lector. Sin embargo, el lector puede tener también un sentido más amplio: comprendiendo a los analfabetos y dando importancia al papel de las semialfabetizaciones; o bien, a las capacidades de descifrar un cierto tipo de texto y no otros (Chartier, 1993).

Entre el lector letrado y el analfabeto-semialfabeto, se localiza un lector específico que se organiza a partir de una cierta relación con el libro, a partir de las razones por las cuáles se lee, a partir de las reglas que deben ser utilizadas cuando se lee, y a partir de un texto que es el paradigma de todas las lecturas, por ejemplo, la Biblia (Chartier, 1993).

Por consecuencia, Chartier (1993) identifica tres niveles en la producción social de los lectores: del lector letrado separado de los que no lo son, del conjunto de una sociedad que tiene maneras diferentes de acceso al mundo del escrito y de las comunidades específicas que obedecen a reglas específicas en su relación con el escrito.

De ahí, se derivan por lo menos, tres tipos de lectores de prensa. El lector letrado de diario impreso, es aquel que lee la prensa que “debe leerse”, los serios, las lecturas profundas y comprendidas. Los lectores de la prensa “que no debe” leerse, con prácticas efímeras. Y el lector asiduo de un solo periódico impreso.

Por una tipología de las prácticas culturales de lectura.

Cuando se acepta la constitución de lectores y no de un lector único, se asume la posibilidad de hablar de prácticas de lectura, así, en plural. Un punto de partida es identificar un error de tipo intelectualista: pensar que leer un texto es comprenderlo (descubrir la clave), cuando en verdad, no todos los hechos están hechos para ser comprendidos en ese sentido (Bourdieu, 2010).

Por ejemplo, respecto a la lectura del libro, uno debe saber que hay lecturas diversas, por tanto competencias diferentes, instrumentos diversos para apropiarse de ese objeto, instrumentos desigualmente distribuidos, según el sexo, según la edad, esencialmente según la relación con el sistema escolar (Bourdieu, 2010).

Hay infinidad de prácticas referentes a la lectura. En muchos espacios no se puede hablar de lecturas sin parecer pretencioso, también hay lecturas de las que no se puede hablar, que se hacen a escondidas. Existe una oposición entre los lectores de cosas que no merecen leerse, y los otros, que practican la única lectura verdadera (Bourdieu, 2010). Es así que “el acto de leer no significa lo mismo para todos” (González y Hernández Monroy, 2005).

Al reconocer la diversidad de escenas y soportes en que se lee, se plantea la cuestión de qué es leer. Esto hace que la misma práctica varíe de significado de acuerdo con las personas que el lector se relaciona o las situaciones que vive. Entonces, la lectura es una práctica utilitaria como un medio de afirmación personal; en ambos casos es un instrumento de relación social e interpersonal. Y se modifica conforme las etapas de vida y se ve influida por la condición de género, edad, o nivel educativo (García Canclini, 2015).

Para Nivón Bolán (2015), los diversos modos de leer son numerosos modos de relacionarse socialmente y de interactuar con los otros. Constituyen objetos políticos, comerciales o simbólicos forjados en el día a día. Igualmente, esta diversidad de prácticas está correlacionada con el soporte material de lo escrito, su naturaleza y el contexto social en el que se desarrolla (Hernández Monroy y González Díaz, 2006).

En este sentido, el periódico impreso se constituye a través de las prácticas culturales de sus lectores. Por supuesto, entre la variedad de prácticas, hay algunas predominantes, pero ninguna con valor superior a otra. Por el contrario, cada una ofrece el conocimiento, la comprensión y el reconocimiento de un tipo diferente de lector.

En suma, el concepto de *práctica cultural* (Bourdieu y Chartier, 2010) posibilita mirar a las prácticas de lectura del diario impreso como *maneras de hacer* (De Certeau, 1996) complejas y multidimensionales, en las cuales adquieren relevancia las características estructurales (derivadas de la condición económica, familiar y educativa) pero también las experiencias sociales y comunitarias (Chartier, 2010).

Dicha complejidad acepta la necesidad de aceptar la existencia de *prácticas* culturales y de *lectores* que en su conjunto mantienen la vigencia del diario impreso.

Queda la tarea, a través del trabajo empírico, de la observación de las prácticas y sus caracterizaciones, así como el estudio de los lectores del diario impreso y del periódico digital, conocer sus historias de vida con el interés de contrastar lo dicho por los autores y comprender la vigencia del diario impreso.

La identificación del campo de la prensa digital e impresa

Entonces, lo objetivo de las prácticas está relacionado con las estructuras, que a su vez están presentes en las prácticas culturales vinculadas al periódico impreso. “La estructura social tal como la entiende Bourdieu, y tal como se entiende aquí, está muy cercana al concepto de hecho social propuesto por Durkheim (que es general, exterior a los individuos, y que coacciona las acciones de los agentes)... las estructuras son, en fin, las condiciones que determinan las prácticas de una manera que sólo puede entenderse gracias al concepto mediador de habitus” (Zalpa, 2011, p. 129).

Bourdieu se preocupa por el estudio de las prácticas, a partir del habitus como un recurso para mantener, legitimar y reproducir la vida cotidiana. Las prácticas (que expresan la experiencia) responden a las situaciones (que manifiestan la estructura), de esta manera, la estructura permanece estable. En los términos generales, el habitus es sinónimo de modus operandi (De Certeau, 2000). No es que el habitus no contemple la capacidad de agencia del lector. De hecho en el esquema que propone Bourdieu para reflexionar la acción social, llama al sujeto, agente. El habitus es un recurso mediador de la acción.

Llegando a este punto, es necesario introducir el concepto de campo, como una posibilidad también para citar a los agentes y el capital simbólico presentes en el problema de estudio desarrollado. Para Bourdieu (2000), el campo es un espacio relativamente autónomo, estructurado de posiciones, intereses y de luchas y definido por sus lógicas. Y caracterizado por la presencia de agentes, que ocupan posiciones diversas, con habitus propios (a su vez, estos definidos por estructuras), y que luchan por el dominio de un capital simbólico.

Cabe señalar que el funcionamiento del campo depende de que haya algo en juego y gente dispuesta a jugar, que esté dotada de los *habitus* que implican el conocimiento y reconocimiento de las leyes inmanentes al juego, de lo que está en juego. Por lo tanto, un *habitus* es un cúmulo de técnicas, de referencias, un conjunto de creencias, propiedades que dependen de la historia; es también un sistema de disposiciones adquiridas que funciona como un sistema de esquemas generadores de estrategias (Bourdieu, 2002).

En síntesis, el campo es una red de relaciones objetivas entre posiciones objetivamente definidas, en su existencia y en las determinaciones que ellas imponen a sus ocupantes, por su potencial en la estructura sobre la distinción de las especies de capital o de poder, cuya posesión produce dominación o subordinación (Bourdieu, 1989-1990).

Ilustración 7. El campo del diario impreso: reconocimiento de actores



Fuente: Elaboración propia

Entonces, el campo de la prensa se conforma por las relaciones entre agentes (descritos en otros capítulos) como: los profesionales de la información (reporteros), actores políticos (incluye al Estado y otras organizaciones), propietarios de los medios de comunicación y los lectores. La participación de los agentes posibilita la inserción del periódico impreso en la vida cotidiana.

La posición de los agentes al interior del campo es diferente, puesto que depende de sus capitales económicos y culturales, así como de su habitus, el cual es

definido también por estructuras mayores: políticas, económicas, educativas y socioeconómicas. Por último, el campo de la prensa se ubica en el campo de la vida cotidiana.

Aunque esta tesis reconoce la presencia de otros agentes en el campo, pone énfasis en la dimensión cultural, es decir, el objetivo es el estudio de los lectores y cómo a través de sus prácticas culturales mantienen al periódico impreso en la vida cotidiana, y en un sistema de medios en general.

Comprender a la prensa como campo es evitar todas las formas de reduccionismos, puesto que contempla la presencia de diversos agentes en el fenómeno. Igualmente, el campo está inserto en la vida cotidiana, por lo que su autonomía es relativa por la presencia de estructuras económicas, políticas, socioeconómicas, educativas, entre otras.

La vigencia del diario impreso en la convergencia mediática desde la comprensión de las prácticas culturales

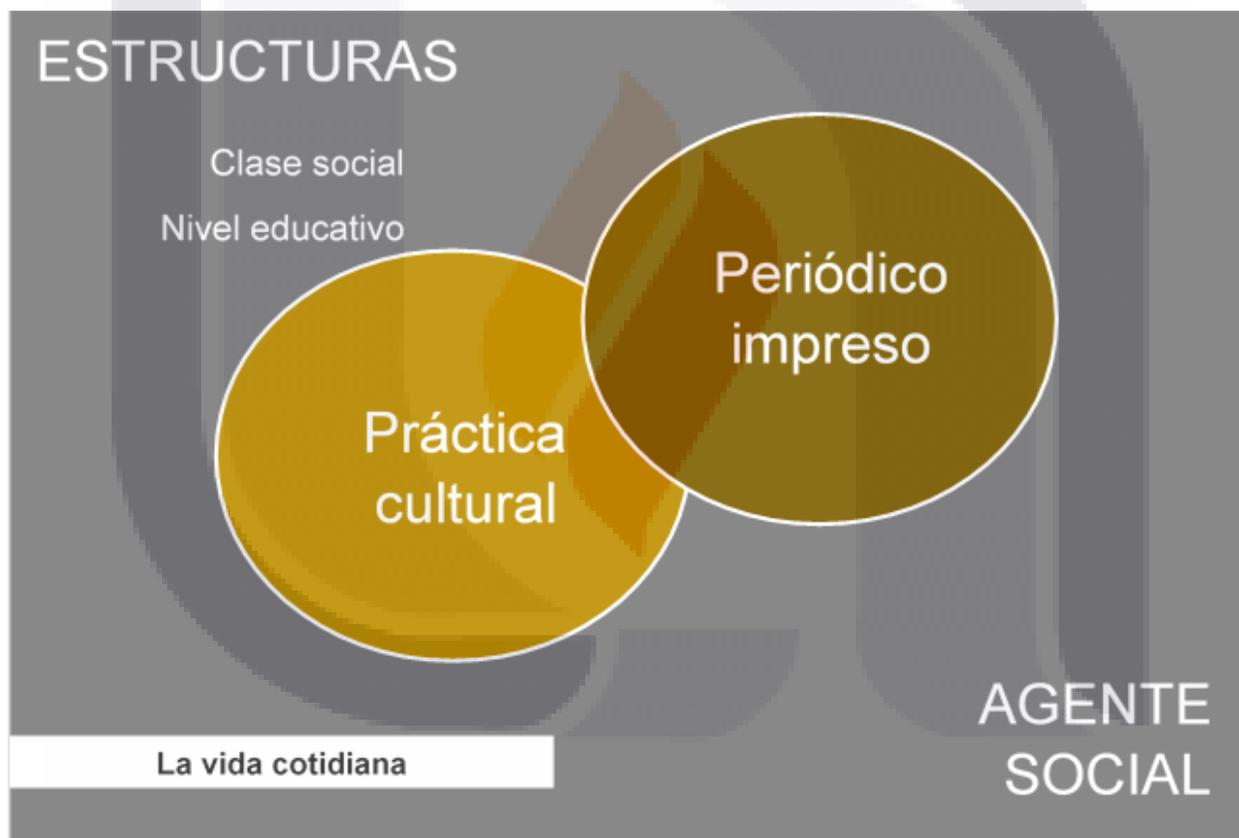
Este proyecto de investigación se preocupa por comprender la vigencia de la prensa en la convergencia mediática. Pensar este propósito desde lo teórico implicó ubicarlo en el campo de la vida cotidiana (Zalpa, 2007) y recuperar el concepto de práctica cotidiana, propuesto por De Certeau, (2000) con el interés de reconocer que el agente social tiene la posibilidad de empoderamiento, decisión y reapropiación.

No obstante, el propósito también es relacionar a las prácticas cotidianas con condiciones tanto estructurales como subjetivas. Es decir, los “modos de hacer

cotidiano” también hablan de la inclusión y la exclusión, cuando se vinculan con condiciones estructurales, o bien, con la capacidad del lector para negociar las mismas.

Con el propósito de introducir teóricamente a las condiciones estructurales y objetivas presentes en las prácticas cotidianas que hacen posible la permanencia de los medios, se retomaron los conceptos de campo, estructura y habitus (Bourdieu, 2000).

Ilustración 8. La vigencia del diario impreso desde las prácticas culturales

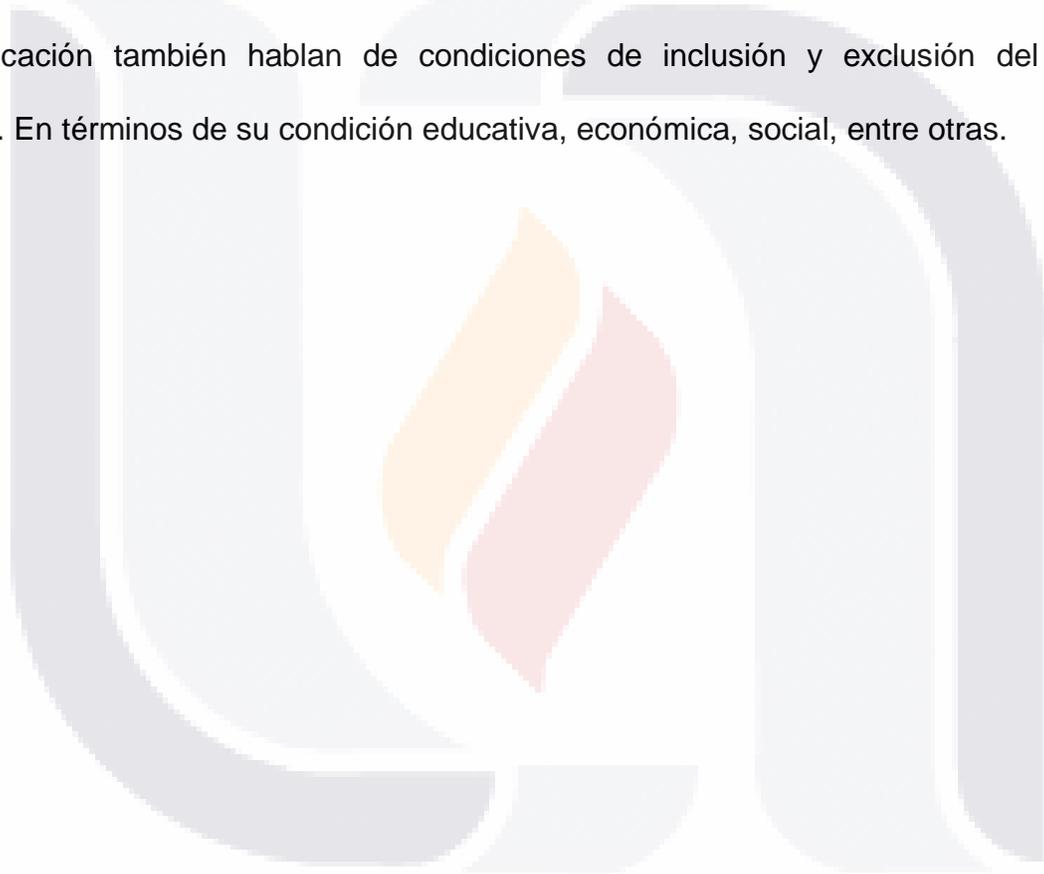


Fuente: Elaboración propia.

De tal manera que las prácticas culturales del agente (lector) priorizan seleccionan, configuran y significan a los medios de comunicación. Pero no se trata de

una decisión únicamente individual sino también colectiva, en el sentido que el agente tiene toda una herencia (social y cultural) que le permite aproximarse a un medio de comunicación, o a varios. Permitiendo así, la vigencia de la prensa en la convergencia mediática.

Elegir el concepto de práctica cultural también implica un posicionamiento teórico y político, en el sentido que estas “maneras” de aproximarse a un medio de comunicación también hablan de condiciones de inclusión y exclusión del lector, agente. En términos de su condición educativa, económica, social, entre otras.



El espacio, construcción social y significación. La vigencia de la prensa desde el espacio.

Como se ha señalado, esta investigación explora los espacios públicos y privados con el propósito de indagar *¿cuáles son las prácticas culturales que insertan al periódico impreso a la vida cotidiana?* En este sentido, para el proyecto es relevante el espacio público en tanto que, es el lugar donde se articula la vida cotidiana (De Certeau, 2002), y como espacio social que legitima condiciones de inclusión y exclusión.

En otras palabras, se recupera y se pretende comprender el vínculo del espacio social con las prácticas culturales y, a la vez, con la prensa. Ahora bien, durante la investigación se ha propuesto el análisis de los espacios públicos como lugares para la lectura de la prensa. Por lo tanto, hace necesario el reconocimiento de la ciudad desde su construcción social.

Ha sido interés de las ciencias sociales, el reconocimiento de las dimensiones subjetivas que otorgan a la ciudad sentido. Cada sujeto asigna sentidos a la ciudad, desde la experiencia de la misma y desde las prácticas que realiza a partir del espacio que habita en su cotidianidad (Hiernaux y Lindón, 2006; Hiernaux, 2012).

Se entiende que la ciudad es observada, cuestionada y analizada como espacio social y espacio público; representa el mundo urbano común vivido y producido por grupos, clases ciudadanías y personas diferentes y desconocidas entre sí; enfatiza fenómenos de desigualdad y alterando el significado de los lugares (Ramírez Kuri, 2009).

En la ciudad, surgen actores sociales: crean lazos de pertenencia, disputan el uso y el control del espacio social, luchan por el acceso a bienes públicos e impulsan formas de organización de la vida urbana y prácticas socioculturales (Ramírez Kuri, 2009).

Cada urbanita asigna sentidos a la ciudad desde su experiencia de la misma y desde las prácticas que realiza en y a partir del espacio urbano que habita la cotidianidad. Así, se construyen imaginarios a partir de sus propias experiencias, se generan variedades de sentido (Hiernaux, 2012). Es así que en esta investigación se afirma que el o los sujetos significan los espacios sociales, se apropian de los mismos, desde las prácticas culturales, vinculadas con la prensa.

Para Ramírez Kuri (2009), los actores urbanos ponen en juego en el espacio social y en el espacio público intereses, concepciones y posiciones distintas, las cuales tienen que ver con necesidades, libertades y derechos, así como con la distribución de bienes públicos, el uso y apropiación del espacio urbano para vivir, para trabajar, para trasladarse, para relacionarse, para socializar. Y este proyecto de investigación, agrega: para relacionarse con los medios de comunicación.

Como cada espacio se interpreta, se significa y se vive de manera diferente. Hiernaux (2011) defiende que, por ejemplo, la geografía debería interesarse en objetos urbanos como la casa, el café de la esquina o el centro comercial, no sólo desde su exterior sino como espacio interior y reconocer también que los espacios abiertos como la calle o la plaza son escenarios de apropiaciones y prácticas sociourbanas marcadas por los imaginarios de los actores.

Específicamente, esta concepción de la ciudad y de la construcción del espacio atraviesa diversidad de temáticas, de disciplinas y de enfoques metodológicos, que contribuyen al debate sobre lo público urbano como espacio político, como lugar de encuentro, de expresión y de comunicación. Los actores, a través de prácticas sociales, políticas, jurídicas, económicas y culturales expresan formas diversas e incluso antagónicas de significación y de apropiación de la ciudad (Ramírez Kuri, 2009).

La ciudad física y simbólica coexisten toda vez que son parte de un binomio inseparable, invisible, irrenunciable que es creado y portado por los diferentes actores. De esta manera, el espacio -como construcción social- integra las prácticas sociales “que continuamente están transformando la estructura, la forma y la imagen urbana tanto como el significado de la ciudad vivida por grupos y actores diferentes y desiguales” (Ortiz Ávalos, 2011, p. 372).

Por lo tanto, este apartado defiende que son las prácticas cotidianas, efímeras o recurrentes, las que hacen espacio. Es así que la espacialidad de lo público se materializa en contextos microsociales (la plaza, la calle, el barrio o el mercado), donde lo público aparece con significados distintos, exhibiendo a la ciudad que los produce (Ramírez Kuri, 2009).

El giro espacial en la comunicación: pensar la relación prácticas culturales, prensa y espacio

Desde la comunicación, el vínculo de los medios con el espacio y el sentido configura un campo conceptual sobre el “espacio mediático”, el cual da pauta a una agenda de investigación sobre “la comunicación como producción espacial” que reconoce e integra la relación entre los aspectos materiales y simbólicos de la comunicación (Padilla, 2009).

Para Rebeca Padilla (2009) esto engloba la perspectiva de las geografías de la comunicación conformadas por dimensiones (como la ideológica, la política, la tecnología) y por la dimensión de texturas, que se refiere a cómo el espacio es materializado a través de la cultura.

Para las geografías de la comunicación, se explora la problemática sobre la importancia de la producción, representación y consumo en la configuración de distintos espacios (Padilla, 2009). O como explica, Ek (2006), 'Media Space', es un término dialéctico que enfatiza que los medios y la comunicación, como prácticas discursivas, producen espacio.

En suma, el espacio mediático permite integrar en un mismo análisis las prácticas culturales, los medios de comunicación y el espacio. Löfgren (2006) ha propuesto estudiar el “giro espacial” de las historias locales con el propósito de no suponer y exagerar el contexto. Por el contrario, aproximarse más a las microfísicas, de las maneras en cómo los medios toman su lugar y reclaman su espacio.

Jansson y Falkheimer (2006) sostienen que el vínculo entre la geografía y la comunicación radica en el hecho de que todas las formas de comunicación ocurren en el espacio, y todos los espacios se producen a través de la representación, que ocurre por medio de la comunicación. En otras palabras, las teorías de la producción espacial también deben entenderse en cierta medida como teorías de comunicación y mediación.

Reconocer el espacio como una mediación es un supuesto obligatorio para el giro espacial en los estudios de los medios de comunicación. Por consecuencia, el espacio ya no es un hecho, sino una estructura negociable y mediada, en el cual la interacción entre dimensiones imaginarias, simbólicas y materiales proporciona las condiciones previas para el trabajo de identidad (Jansson y Falkheimer, 2006).

Espacio público: construcción social y simbólica del centro histórico de Santiago de Querétaro y Tequisquiapan, Querétaro

Hasta aquí se ha buscado plantear el espacio público como un lugar de construcción social y simbólica, el cual representa una mediación para las prácticas culturales, vinculadas con la prensa.

Eva Leticia Ortiz Ávalos (2011) sostiene, sobre el Centro Histórico de Querétaro, que se trata de un espacio que se construye, a partir “habitarlo, de recorrerlo, de vivirlo cotidianamente” (p. 365). En este apartado, se describieron los espacios en los que se propone el desarrollo de esta investigación: el Jardín Guerrero, el Jardín Zenea y la

Plaza de Armas (en Querétaro), así como la plaza Miguel Hidalgo (en Tequisquiapan, Querétaro).

El Centro Histórico presenta un declive como zona residencial, cediendo el espacio a servicios y comercio, iniciándose un proceso de expulsión de población. Además, la ciudad física comparte su territorio con la ciudad simbólica, esta última colmada de prácticas sociales (Ortiz Ávalos, 2011).

Situar el estudio: Querétaro y Tequisquiapan, lugares característicos de la zona Centro Occidente para la ENL (2015)

En esta investigación, la Encuesta Nacional de Lectura, ENL (2015), es una herramienta para situar geográficamente el proyecto. De las seis zonas definidas por el estudio, esta investigación se interesa por aportar a la comprensión de la zona Centro Occidente, a la cual pertenece el estado de Querétaro, lugar donde se delimita el estudio que aquí se propone.

En esta región, el 44.1% de las personas lee periódicos (el segundo medio, después de las redes sociales virtuales, 44.6%). Ahora bien, los lectores de diarios impresos o digitales (el 59.5%), se ubican en municipios de 14 mil a 50 mil habitantes, seguido de ciudades con 100,001 a 500 mil habitantes (56.8%) y de 50,001 a 500 mil habitantes (56.3%). En otras palabras, la lectura de periódicos (impresos y digitales) es más visible en zonas semiurbanas.

Ilustración 9. Ubicación geográfica del estudio

		¿Actualmente lee...? (Porcentaje que mencionó que Sí)							
		Casos	Libros	Periódicos	Redes sociales	Revistas	Sitios web	Historietas o cómics	Blogs
Total Nacional		5,837	57.3	55.0	44.9	38.0	25.2	16.6	13.4
Región geográfica	Sur	855	47.3	58.5	41.6	39.3	22.6	16.2	11.4
	Noroeste	811	66.6	65.8	47.0	43.3	29.5	18.2	18.3
	Centro	1,055	67.1	50.5	40.5	36.6	21.4	19.3	11.0
	Centro Occidente	1,320	47.0	44.1	44.6	29.1	20.9	11.2	10.7
	Noreste	1,305	56.2	63.4	51.4	43.3	31.8	18.4	18.3
	Distrito Federal	489	73.4	62.5	56.0	49.2	39.5	20.4	20.0
	Estratos	2,500 hab. o menos	660	53.9	41.1	37.0	33.5	17.0	12.0
2,501 a 15,000 hab.		792	61.6	55.3	38.8	37.9	15.8	18.8	8.3
15,001 a 50,000 hab.		735	57.3	59.5	36.1	35.4	19.6	16.0	9.9
50,001 a 100,000 hab.		703	51.2	56.3	38.5	40.0	22.5	18.2	11.3
100,001 a 500,000 hab.		1,471	56.3	56.8	48.7	39.2	29.0	17.4	14.7
Más de 500,000 hab.		1,471	59.8	52.1	50.6	38.1	28.2	15.6	16.5
Zona metropolitana		Ciudad de México	863	62.1	55.2	46.5	42.6	30.0	19.8
	Monterrey	570	43.6	60.6	55.0	39.2	34.1	17.0	21.3
	Guadalajara	602	49.5	44.6	50.2	30.0	25.3	11.7	15.7

Tabla 3.1.2. Materiales de lectura que se leen en México por zonas geográficas. Preguntas independientes, por lo que no suman 100%. El dato mostrado en la columna casos es el tamaño de muestra, sólo los porcentajes mostrados son resultados ponderados.

Fuente: ENL (2015)

De esta manera, se propuso realizar el estudio en las ciudades de Querétaro y Tequisquiapan, cuyas poblaciones son de 931 mil 940 habitantes (mientras, en su cabecera municipal es de 596 mil 450 habitantes) y 63 mil 413 habitantes (y en su cabecera: 26 mil 858), según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2010).

Cabe señalar que la ENL (2015) señala la vigencia del periódico impreso y la circulación del periódico digital. Incluso, señala que en México hay más lectores del primer medio que del segundo:

Ilustración 10. Lectores de periódicos impresos y digitales (ENL, 2015)

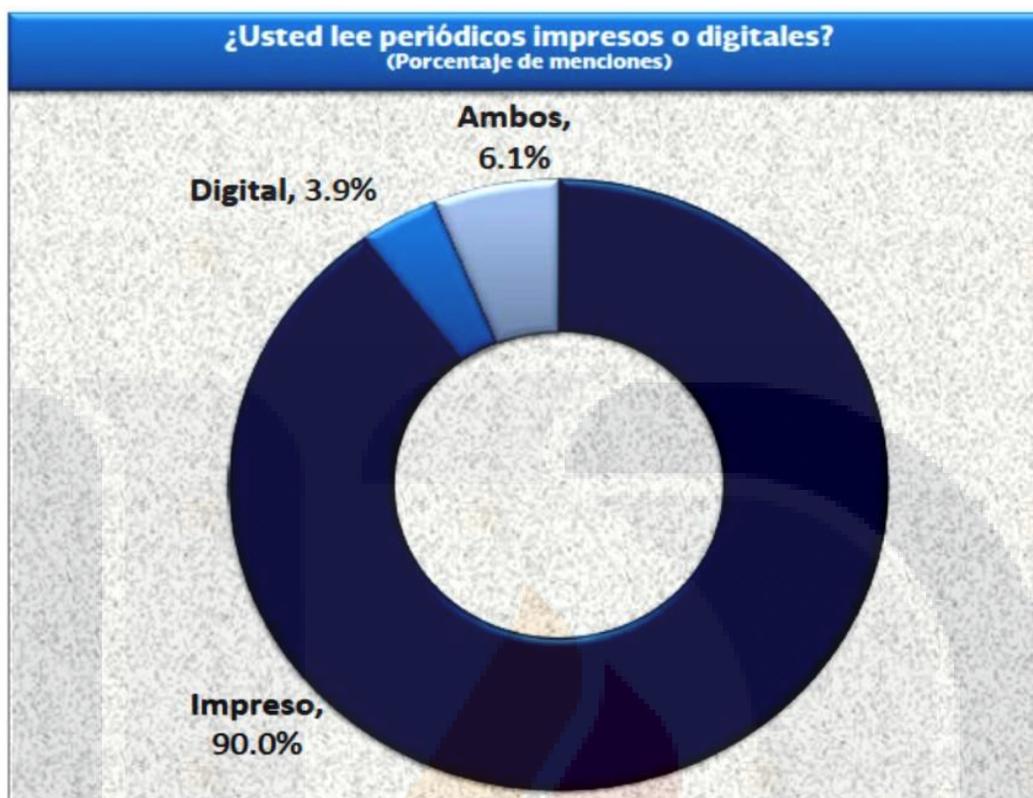


Figura 3.3. Prevalencia de lectura de periódicos en versiones digitales e impresas. Sobre el 55.0% total de entrevistados que declaró leer periódicos en la actualidad.

Fuente: ENL (2015).

Por lo tanto, cuando se ubica al estudio en la zona Centro Occidente, y particularmente, en el estado de Querétaro, se estima que la mayoría de los sujetos ha declarado ser lector de periódicos impresos.

Las plazas públicas: espacios sociales para la lectura del periódico impreso

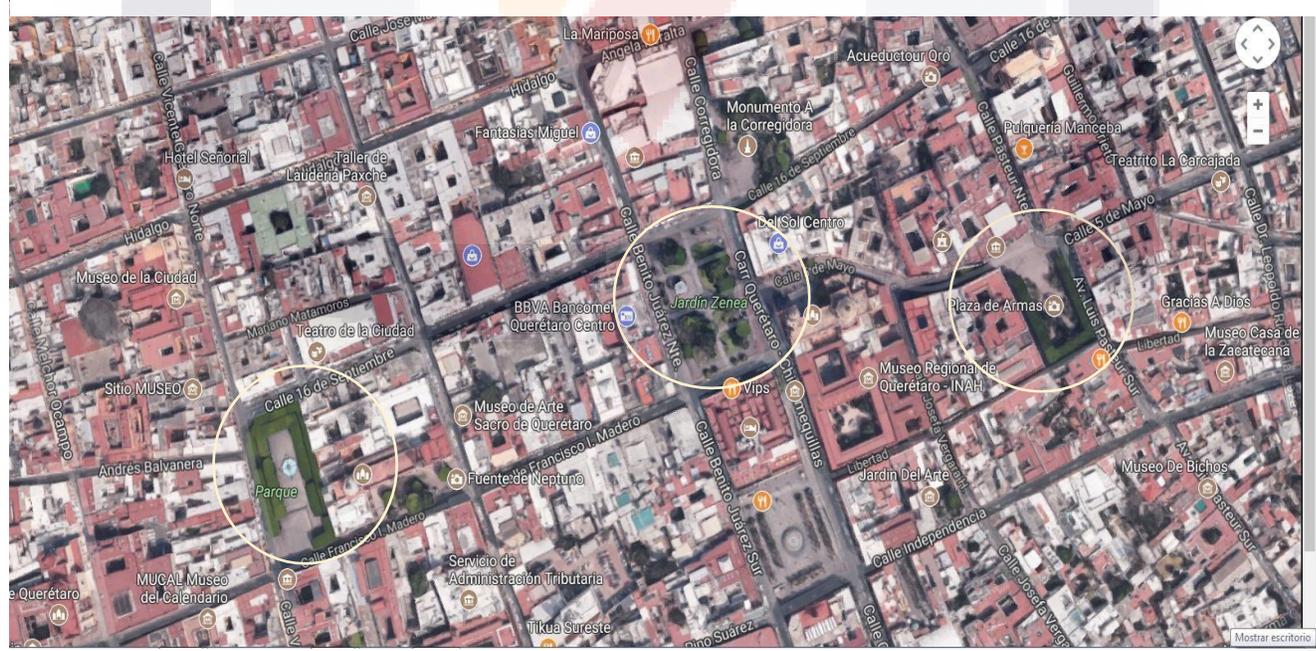
Este apartado tiene el objetivo de ofrecer una descripción de los sitios seleccionados para la observación, para así aproximarse a una comprensión social de los espacios

públicos: cuáles son sus características físicas, cuáles son las prácticas culturales (lectoras, económicas, sociales) que los definen, qué se conoce sobre quienes usan los espacios, qué ha definido históricamente a cada plaza.

Cabe señalar que la caracterización que se expone parte de la observación realizada, durante el trabajo de campo para esta investigación.

Considerando elementos del estado del arte (Fortunati, Taipale y Farinosi, 2015) y (Sunkel, 2006), así como de datos generados por la Encuesta Nacional de Lectura (ENL, 2015), se seleccionaron cuatro plazas públicas para desarrollar el trabajo de campo. En Querétaro: la Plaza de Armas, el Jardín Zenea y el Jardín Guerrero. Los tres casos con características distintivas entre ellos. Y en Tequisquiapan: la plaza Miguel Hidalgo.

Mapa 1. Ubicación de las plazas públicas de observación en Santiago de Querétaro, Qro



Fuente: <https://www.google.com.mx/maps/@20.5927086,-100.3924663,464m/data=!3m1!1e>

Mapa 2. Ubicación de la plaza Miguel Hidalgo, en Tequisquiapan



Fuente: <https://www.google.com.mx/maps/@20.5229805,-99.8914237,234m/data=!3m1!1e3>

Para la vida urbana, las plazas públicas son fundamentales, debido a que son puntos de encuentros y enlaces, son espacios para el disfrute contemporáneo y para la construcción de lo permanente. De esta manera, el centro de una ciudad es el referente para entender y explicar la dinámica urbana. El estudio de las plazas públicas permite la comprensión de las relaciones que tejen los habitantes, a través de sus acciones cotidianas (Vergara Figueroa, 2006).

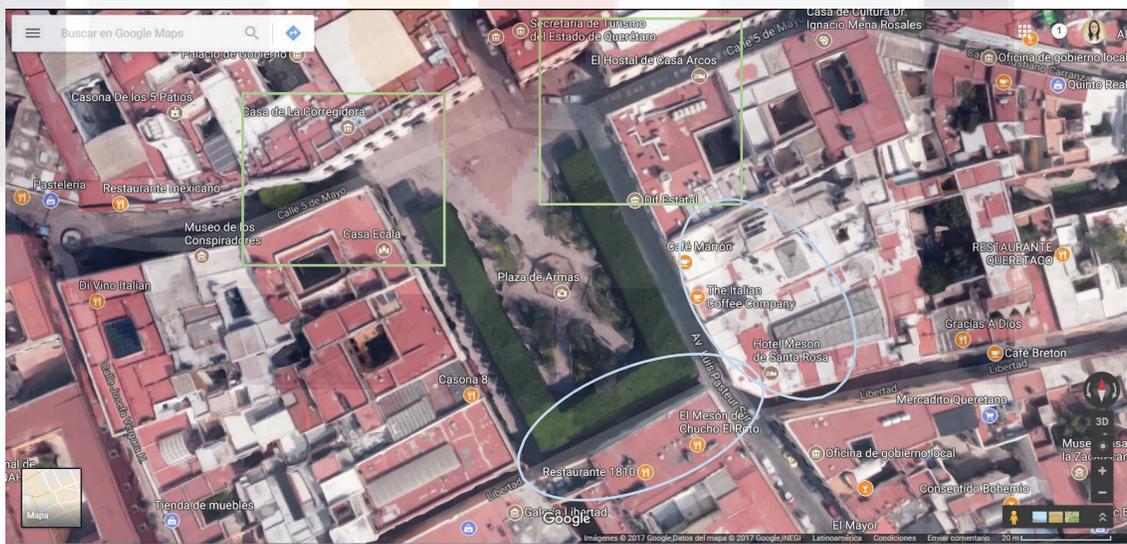
Asimismo, como parte de los elementos que definen a una plaza pública se encuentran las prácticas cotidianas, las maneras de apropiación del espacio, mediante acciones comerciales, religiosas, cívicas (Medel, 1994).

Plaza de Armas: espacio de reunión para reporteros, funcionarios públicos y empresarios

La Plaza de Armas en Querétaro es el espacio público que reúne a las élites de poder político, económico, mediático y social. Alrededor del lugar se encuentra la sede del Poder Ejecutivo, del Poder Judicial y albergaba, hasta hace un par de años, al Poder Legislativo.

Se localiza entre las calles 5 de Mayo, Luis Pasteur Sur y Libertad. Fue fundada en 1537; en sus inicios, el espacio se desarrolló como mercado indígena y con el paso de los años fue sede de los principales poderes. Además, desde su comienzo, se ha caracterizado por actividades comerciales, festejos populares y eventos cívicos (Guerrero Hernández, 2010).

Mapa 3. Plaza de Armas: sede de poderes, restaurantes y cafeterías de renombre.



Fuente: <https://www.google.com.mx/maps/@20.5930328,-100.389749,146m/data=!3m1!1e3>

En años recientes, tanto la Plaza de Armas como otros espacios públicos de la ciudad fueron rehabilitados. La administración municipal argumentó que las obras tenían la finalidad de brindar “espacios de disfrute” para los habitantes. Es así que, las plazas del Centro Histórico, cuentan con piso de adoquín de cantera, con una sola superficie para mayor accesibilidad, además de bancas, diversos tipos de iluminación, jardineras, que -en conjunto- generan mayor visibilidad (El Universal Querétaro, 2014).

Ilustración 11. La Plaza de Armas, lugar de reunión de las élites



**El Jardín Zenea: el espacio público de las familias, el turismo y el comercio
“discreto y ambulante”**

El Jardín Zenea, fundado en 1537, se ubica entre las calles Corregidora, 16 de Septiembre, Benito Juárez y Francisco I. Madero. Es un espacio público que conecta la Plaza de Armas con el Teatro de la República, la Plaza Constitución y el Jardín

Guerrero. Es el punto de reunión por excelencia de familias y grupos de personas de la tercera edad los fines de semana.

Históricamente, se conoció como la Plazuela de San Francisco, ya que formaba parte de la Iglesia con el mismo nombre. Es uno de los espacios representativos y simbólicos de la queretaneidad, adultos mayores se congregan para bailar danzón, además se organizan actividades para promover las costumbres: la comida tradicional, los desfiles, el nacimiento navideño, entra otras actividades religiosas, culturales y comerciales (Guerrero Hernández, 2010).

Sobre la dinámica del Jardín Zenea también hablan los comercios alrededor: sucursales de bancos, tiendas departamentales y restaurantes. Igualmente, prevalece un comercio ambulante discreto: mujeres con uniforme blanco revisan la presión arterial a cambio de una cooperación voluntaria, hombres venden dulces, hay promotoras de maquillaje, guías de turistas y boleterías que ocupan el espacio público.

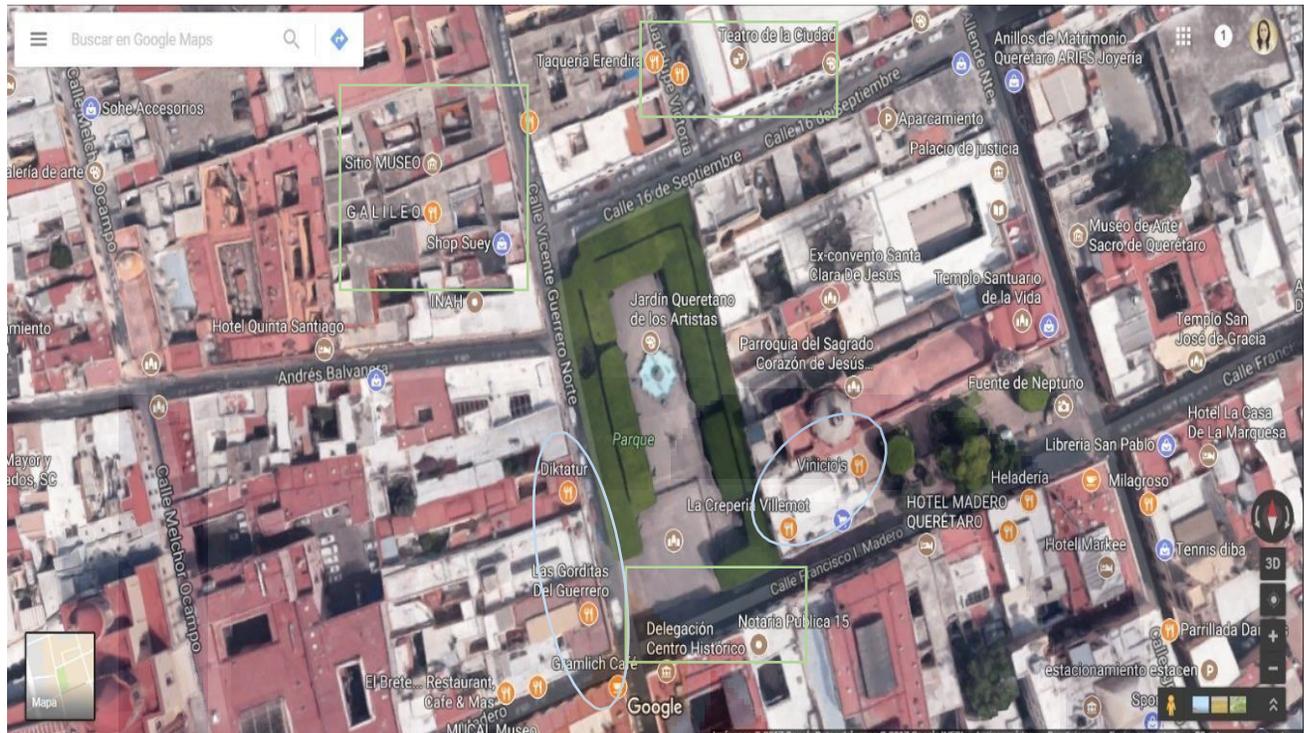
Así como la Plaza de Armas recibe turistas, el Jardín Zenea alberga visitantes interesados en contemplar la fuente principal (escultura de hierro con la diosa Hebe y cuatro cisnes, de 1882) y su kiosco, que data de 1886 (Guerrero Hernández, 2010). Es un espacio público con tintes franceses, como herencia de Porfirio Díaz, explican con frecuencia los guías turísticos a los visitantes.

El Jardín Guerrero, el espacio público para “los otros”: los estudiantes, los predicadores religiosos y los jóvenes

Fundado en 1922, el Jardín Guerrero formó parte del convento de Santa Clara (Guerrero Hernández, 2010). Se ubica entre las calles de Francisco I. Madero, Vicente Guerrero y 16 de Septiembre. A su alrededor, se ubica la sede de la Delegación Centro Histórico (la cual albergó las oficinas del Ayuntamiento del municipio de Santiago de Querétaro); el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), así como el Teatro de la Ciudad, el Cineteatro Rosalío Solano. Y en sus cercanías, el Museo de la Ciudad (caracterizado por exponer arte contemporáneo), el Museo de la Restauración de la República.

En términos de la actividad comercial, el Jardín Guerrero se rodea por pequeñas cafeterías y restaurantes que ofrecen antojitos mexicanos a costos accesibles. Asimismo, en su espacio se apuestan boleras, así como dos kioscos de periódicos, el más recurrido es el ubicado en la esquina de Vicente Guerrero y 16 de Septiembre.

Mapa 5. El Jardín Guerrero: actividades administrativas y pequeños comercios.



Fuente: <https://www.google.com.mx/maps/@20.5920583,-100.3950837,182m/data=!3m1!1e3>

Desde muy temprano y hasta después del mediodía, el Jardín Guerrero es espacio de tránsito para niños de preescolar, estudiantes de primarias, secundarias y preparatorias. Muchos de ellos, acompañados por sus padres, madres o abuelos. Durante el mismo horario, es habitual observar fontaneros, albañiles y lavacoches, ya que la plaza es el lugar de encuentro con sus empleadores o bien, es un sitio de descanso para continuar con la dinámica laboral, este último uso es común para los funcionarios públicos de las dependencias cercanas.

Por la tarde-noche y conforme transcurre el día, el espacio es ocupado por predicadores religiosos y grupos de jóvenes, quienes se reúnen para conversar, escuchar música o patinar; encuestadores.

En comparación con la Plaza de Armas y el Jardín Zenea, El Jardín Guerrero es una plaza más plural debido al número de prácticas que puede albergar y los diferentes sectores sociales que convergen en el mismo; incluso, es una plaza “tolerante” al consumo de drogas en la vía pública.

Ilustración 13. El Jardín Guerrero, un espacio de convergencia entre diversos sectores sociales



El Jardín Guerrero es el espacio de la pluralidad. Aquí se reúnen familias, adultos mayores, niños, grupos de amigos o bien, personas que simplemente buscan descansar un instante para volver a la rutina laboral. Es un lugar donde la tolerancia, la rebeldía y la apertura se conjugan.

Es la plaza pública contestataria, plural (en términos de recibir a diferentes generaciones y clases sociales), con acceso a Internet y facilidad de conexión a la energía eléctrica fue el punto de partida debido a que en este espacio convergen,

principalmente, los lectores de periódicos impresos y de dispositivos tecnológicos móviles.

La plaza Miguel Hidalgo en Tequisquiapan, Querétaro: espacio de convergencia entre lugareños y turistas

La fundación de la plaza Miguel Hidalgo se vincula con la Parroquia de Santa María de la Asunción, cuya edificación comenzó en 1774 y concluyó en 1920. Este espacio público define el centro del municipio de Tequisquiapan, Qro.; se ubica entre las calles Salvador Michaus, Ezequiel Montes, Morelos y Niños Héroes.

Mapa 6. Ubicación de la Plaza Miguel Hidalgo, Tequisquiapan



Fuente: <https://www.google.com.mx/maps/@20.5229217,-99.8912087,183m/data=!3m1!1e3>

Hoteles, restaurantes, bares, cafeterías, tiendas de artesanías y de productos gourmet, boquerías y la oficina de turismo rodean la plaza que, en 2014, al igual que diversos espacios públicos del estado de Querétaro, fue remodelada. No obstante, los ajustes al espacio implicaron el “reordenamiento” del comercio en la zona. La estrategia fue semejante: el suelo se ajustó en un solo nivel y se construyó con cantera, los jardines se rediseñaron, la iluminación se modificó y comenzó la restauración de los frescos de la Parroquia.

Por otra parte, las administraciones municipales se han esforzado por “ordenar” el comercio: tanto los artesanos tequisquiapenses como los indígenas se han “reubicado” en carritos móviles, son estructuras pequeñas en las cuales se exponen artesanías de vara, mimbre, muñecas de trapo, piezas de barro. Incluso, hay carritos de madera con venta de dulces típicos y juguetes. No obstante, el Ayuntamiento ya no ha aprobado u otorgado licencias para este tipo de comercios.

De esta manera, el comercio informal está “controlado y ordenado”. Hace unos años, uno de los espacios de la plaza estaba ocupado por “otros” comercios: tacos, antojitos, elotes, postres. Alimentos con precios más accesibles, en otras palabras, el comercio gastronómico popular. No obstante, con la declaratoria de pueblo mágico, los comerciantes de este espacio, la “Plaza Santa Cecilia”, fueron desplazados con el pretexto de “mejorar y dignificar el espacio”. Los vendedores aceptaron pero nunca fueron regresados a su sitio.

Mapa 7. La Plaza Miguel Hidalgo, previo a la declaración de "Pueblo Mágico"



Fuente: Googleheart.com

Los comercios que hoy ocupan la plaza, forman parte de un grupo de productores gourmet, artesanos y productores “orgánicos”, quienes son convocados en fechas especiales: vacaciones, días de asueto y eventos turísticos.

Ilustración 14. Productores orgánicos, productos gourmet de queso y vino, los comercios que ocupan el espacio temporalmente



Ilustración 15. Publicaciones gratuitas en la Oficina de Turismo, ubicada en la plaza Miguel Hidalgo



Por otra parte, la Plaza Miguel Hidalgo no cuenta con kiosco de periódicos para comprar un ejemplar, es necesario acudir al mercado próximo o bien, a los kioscos alrededor, por lo menos a unos 500 metros de distancia. Sin embargo, hay publicaciones impresas gratuitas en la oficina de turismo. Mientras, otro espacio de lectura por excelencia son las boleras, ubicadas en diferentes puntos del lugar.

Periódicos impresos y espacio público: el reconocimiento de las dimensiones sociales y culturales de los lugares de observación

En este apartado se indicó la ubicación geográfica del estudio y se describieron las plazas públicas para la observación. Para esta investigación, el espacio urbano es parte integral e indisoluble de las prácticas culturales, los lugares generan sentidos de acción, significados e historia, no son nunca espacios neutros y ajenos a las disputas por los significados y de poder de los lugares públicos (Salazar Arenas, 2009).

Por lo tanto, las categorías de lugar y espacio se introducen en este trabajo desde su comprensión cultural como participantes en la definición y construcción de la vida cotidiana y, específicamente, en los vínculos de los lectores con la prensa.

De esta manera, en los espacios públicos como los parques y las plazas convergen prácticas culturales, los lugares se convierten en anclas de sentido, representan un espacio público urbano donde las prácticas incorporan diferentes significados y donde se configuran modos de ser en y con el espacio, en un proceso inacabado de construcción social (Salazar Arenas, 2009).

El trabajo de campo que se describirá más adelante permite ver cómo se generan prácticas cotidianas y de lectura, características de cada plaza pública. Por lo tanto, se formulan vínculos entre los periódicos impresos y el espacio público. La manera en cómo se construyen las plazas públicas en Querétaro y en Tequisquiapan, desde su uso cotidiano, es útil para comprender cómo el periódico impreso se inserta en la vida cotidiana.

Propuesta metodológica cualitativa para comprender la vigencia del diario impreso en la vida cotidiana

El propósito de este capítulo es exponer el marco metodológico pertinente para responder a la pregunta de investigación *¿Cuáles son las prácticas culturales que insertan al periódico impreso en la vida cotidiana?*

La toma de decisiones sobre el diseño de la propuesta metodológica parte del estado del arte, específicamente, de las aportaciones que (Fortunati, Taipale y Farinosi, 2015) y (Sunkel, 2006), así como de datos generados por la Encuesta Nacional de Lectura (ENL, 2015).

No obstante, considerar tales investigaciones como recursos para formular la propuesta metodológica implica, en un primer momento, dialogar con sus hallazgos y debatirlos, principalmente aquellos supuestos sobre: las prácticas culturales que insertan a la prensa con la vida cotidiana, las significaciones que los diarios representan para sus lectores, las prácticas cotidianas que adquieren sentido con los periódicos, así como la relación de la prensa con los espacios públicos.

El paradigma comprensivo y el abordaje cualitativo para estudiar las prácticas de lectura del periódico impreso

Esta investigación se ubica en el paradigma interpretativo, puesto que persigue comprender las prácticas de lectura de los diarios impresos. El fundamento de tal paradigma radica en la necesidad de comprender el sentido de la acción social en el contexto del mundo de la vida y desde la perspectiva de los participantes (Vasilachis, 1992). Asimismo, parte de cuatro supuestos básicos:

La sociedad es una producción humana; el concepto de mundo de la vida es fundamental, y es este mundo el que constituye el contexto en el que se dan los procesos de entendimiento, y ofrece a los actores patrones de interpretación; el paso de la observación a la comprensión; la doble hermenéutica para entender los conceptos de segundo grado creados por los investigadores para reinterpretar una situación que ya es significativa para los participantes (Vasilachis, 1992).

Como explica Vasilachis (1992), la reflexión epistemológica debe acompañar las decisiones metodológicas, debido a que ambas están ligadas a la clarificación de los paradigmas vigentes en la producción de cada disciplina. Estos paradigmas sirven como marcos teórico-metodológicos para interpretar los fenómenos sociales en el contexto de una determinada sociedad.

El paradigma comprensivo/interpretativo está vinculado a la investigación cualitativa, la cual también se interesa “por la vida de las personas, por sus perspectivas subjetivas, por sus historias, por sus comportamientos, por sus experiencias, por sus interacciones, por sus acciones, por sus sentidos, e interpreta a todos ellos de forma situada, es decir, ubicándolos en el contexto particular en el que tienen lugar. Trata de comprender dichos contextos y sus procesos y de explicarlos recurriendo a la causalidad local” (Vasilachis, 2009, p. 33).

Para Marshall y Rossman (1999) la investigación cualitativa es pragmática, interpretativa y se basa en la experiencia de las personas. Su proceso supone la inmersión en la vida cotidiana de la situación seleccionada para el estudio, la valoración y el intento por descubrir la perspectiva de los participantes sobre sus propios mundos, así como la consideración de la investigación como un proceso interactivo entre el

investigador y el sujeto investigado. Por último, sus datos primarios son las palabras de las personas y su comportamiento observable.

Como se ha señalado, esta investigación se ubica en el paradigma interpretativo/comprendido y emplea la perspectiva cualitativa. Asimismo, considerando las técnicas de investigación señaladas en el estado del arte, se propone responder a la pregunta de investigación a partir de la observación participante (Fortunati, Taipale y Farinosi, 2015) y de entrevistas semiestructuradas a lectores de periódicos impresos (Sunkel, 2006).

Encuesta Nacional de Lectura (2015): puntos de partida para el diseño de instrumentos y para la caracterización de lectores

La Encuesta Nacional de Lectura (ENL, 2015) describe que los diarios en papel atienden a la población mexicana más desfavorecida en los ámbitos educativos y económicos. Mientras que su homólogo, el periódico digital es un medio de comunicación más cercano a lectores con niveles educativos superiores y con ingresos económicos favorables.

Recuperar tales datos es parte del objetivo de la ENL: “el estudio es, además, un instrumento para el desarrollo científico, que servirá de base para el diseño de investigaciones posteriores, enfocándose en un subconjunto de la población en particular, o bien, siguiendo una novedosa línea de investigación resultante de las conclusiones aquí planteadas” (ENL, 2015, p.3).

El estudio describe que la mayoría de los lectores declaran tener ingresos De \$2,400 a \$6,799: periódicos impresos el 33.5%, lectores de periódicos digitales el 28.8% y lectores de ambos medios de comunicación el 33%.

Enseguida los lectores de periódicos impresos en México se ubican entre los sectores económicos menos favorecidos del país De \$1,200 a \$2,399 (25.8%) y De \$1 a \$1,119 (17.8%). Mientras, los lectores de periódicos digitales se ubican en el grupo De \$6,800 a \$11,599 (18.4%). Igualmente, los lectores de ambos medios coinciden con el panorama anterior, el 20% se ubica en el sector De \$6,800 a \$11,599.

Por otra parte, los lectores de diarios impresos tienen, principalmente, niveles educativos básicos: primaria o menos con el 38.5%. Mientras, el grado universitario caracteriza a los sujetos que prefieren la lectura del periódico digital: el 57.1%. También el nivel educativo superior, representa el 55.6% para el caso de los lectores de periódicos impresos y digitales.

A dichas características, la familia se suma como la institución que fomenta la lectura de los periódicos, ya sea impresos o digitales. Los lectores reconocen el valor de las conversaciones sobre medios impresos o de noticias, al interior del hogar, como prácticas para el fomento de la lectura de prensa (ENL, 2015).

Del total de las personas que respondieron afirmativamente a la pregunta “¿En su casa sus padres (tutores) conversaban con usted sobre noticias del país y/o del mundo?”, el 62.8% son lectores de periódicos; mientras, el 37.2% restante no son lectores. En cambio, entre los encuestados que respondieron negativamente a la misma pregunta, el 48.2% declaró leer los periódicos y el 51.8% dijo no ser lector de prensa.

En cuanto al género, la ENL (2015) describe que ambos medios de comunicación tienen más lectores hombres que mujeres. Del total de quienes leen el diario impreso son hombres, el 50.3%, mientras el 49.7% restante son mujeres. El periódico digital: 56.8% hombres y 43.2% mujeres. Asimismo, los lectores de los dos

medios de comunicación se caracterizan de la misma forma: 58.9% hombres y 41.1% mujeres.

Respecto a la edad, los lectores de periódicos impresos son sujetos con edades entre los 31-45 años (29.3%), continúan de 23 a 30 años (17.1%) y de 56 años a más (15.9%). Mientras, los lectores de periódicos digitales se ubican también entre el grupo de edad de los 31-45 años (36.8%), de los 23 a 30 años (24%) y de 18 a 22 años (12.8%). Mientras, los grupos de edad de 31 a 45 años (32.1%), de 23 a 30 años (31.6%) y de 18 a 22 años (13.8%) leen ambos periódicos.

En otras palabras, los grupos de lectores del diario impreso, el periódico digital y de ambos medios comparten los grupos de edad de 23 a 30 años y de 31 a 45 años. La diferencia entre estos radica que el periódico impreso atiende a un grupo de lectores que se ubican entre los 56 años o más; por su parte, el periódico digital o los lectores de ambos medios alcanzan lectores cuyas edades se ubican entre los 18 a 22 años.

Además, la ENL (2015) señala los lugares para leer periódicos impresos y digitales son: la casa, plazas públicas, la oficina o el trabajo, el transporte público y las salas de espera.

La casa es el lugar por excelencia: el lector de periódicos impresos 87.7%, el de periódico digital 81.7% y ambos periódicos 83.2%. A su vez, el segundo espacio de lectura “parques o plazas” para los periódicos impresos (82.2%), para los periódicos digitales “el lugar de trabajo u oficina” (10.7%), ambos en “parques y plazas” 10.8%.

Respecto al tercer espacio de lectura, la ENL (2015) muestra que se diversifican los lugares. El diario impreso se lee: “en parques o plazas públicas” (81.1%), “en el transporte público” (73.6%), “en una sala o fila de espera” el (81.3%). Para el caso del periódico digital: “en una sala o fila de espera” (10.9%), “en parques o plazas” (7.8%) y

“en el lugar de trabajo u oficina” (12%). La lectura de ambos medios: “en el transporte público” (20.8%), “en el lugar de trabajo u oficina”

(20%), “en parques o plazas” (11.1%) y “en un café o restaurante” (45.5%).

En síntesis, la ENL (2015) caracteriza las prácticas de lectura del periódico impreso. Indica que los lectores de periódicos impresos son sujetos con edades entre los 18 a 56 años, con niveles bajos en términos educativos y económicos. Por su parte, los lectores de periódicos digitales o de ambos medios son sujetos más favorecidos socialmente (en los aspectos económicos y educativos), cuyas edades se ubican entre los 18 a 45 años. Mientras, los espacios más comunes para leer ambos medios son: la casa, los parques o plazas, el transporte público, la sala o fila de espera y el café o restaurante.

En el consumo de periódicos impresos se visualiza una brecha de género. Los lectores de periódicos impresos son principalmente hombres. Asimismo, el hogar y la escuela representan instituciones que fomentan la práctica de lectura.

La observación participante como herramienta para el estudio de las prácticas de lectura del periódico impreso

Con el propósito de atender al paradigma comprensivo/interpretativo, a la investigación cualitativa y a la caracterización de prácticas de lectura del diario impreso, se contempla a la observación participante como la herramienta relevante para atender a la pregunta *¿cuáles son las prácticas culturales que insertan al periódico impreso en la vida cotidiana?*

El uso de esta metodología se deriva también del estudio desarrollado por Fortunati, Taipale y Farinosi (2015), quienes se interesaron en la significación de periódicos impresos, así que realizaron etnografía en plazas públicas, bibliotecas, trenes y un kiosco.

La observación participante se entendió como la técnica cuyo objetivo es detectar las situaciones en que se expresan y generan los universos culturales y sociales en su articulación y variedad (Guber, 2011). En este caso, se observaron prácticas de lectura del periódico impreso.

Para Guber (2011), la observación participante consiste en dos actividades: observar sistemáticamente lo que acontece y participar en el sentido de desempeñarse como lo hacen los nativos, esto último pone énfasis en la experiencia vivida por el investigador al estar dentro de la sociedad estudiada.

La observación participante implica la recogida de información sobre productos materiales, relaciones sociales, creencias y valores de una comunidad (Angrosino, 2014). Con esta herramienta se observarán las prácticas de lectura. Asimismo, a partir de los datos de la ENL (2015) se definen las variables para la recogida de datos. Se tomará en cuenta el lugar de lectura, el género, la edad y se buscará tipificar las prácticas de lectura. En general, el propósito es alcanzar el nivel de descripción.

Tabla 3. Formato para etnografía multisituada

Datos generales	Lugar:								
	Fecha								
	Horario								
Lectores	Edad					Género			
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	
Práctica de1	2								
lectura.	3								
	4								
Observación									
Vida cotidiana									
Otros									
comentarios									

Elaboración propia

Empleo de entrevistas semiestructuradas: comprender los roles de la escuela y la familia en las prácticas de lectura de periódicos impresos

El segundo momento del trabajo de campo se propone a través de entrevistas semiestructuradas. Vela Peón (2004) ha señalado que se trata de una técnica para la generación de conocimiento sobre el mundo social, y que se ubica en la interacción entre individuos, cuyas intenciones y símbolos que están ocultos.

En general, la entrevista cualitativa proporciona una lectura de lo social a través de la reconstrucción del lenguaje, en el cual los entrevistados expresan los pensamientos. Y particularmente, la entrevista semiestructurada permite mantener el foco de atención en un tema en particular, al contar con preguntas preestablecidas (Vela Peón, 2004).

Las entrevistas semiestructuradas a lectores de periódicos impresos tienen el propósito de conocer la trayectoria del sujeto como lector, así como ofrecer una

perspectiva cualitativa de los datos derivados de la ENL (2015) sobre la escuela y la familia como instituciones que fomentan la práctica de lectura.

Tabla 4. Categorías para el diseño de la entrevista semiestructurada

Categorías	Descripción	Particularidades	Preguntas (propuestas)
Trayectoria del sujeto como lector	Determinar las instituciones que influyeron en la constitución de las prácticas de lectura		¿Cuándo se inició como lector de periódicos impresos?
		Familia	En el contexto del hogar, ¿qué prácticas de lectura se tenían?
		Escuela	¿Recuerda algunas prácticas de lectura en la escuela?
		Otras instituciones	¿Otras instituciones influyeron en su práctica de lectura?
	Diferencias entre el periódico impreso y otros medios digitales		¿Qué características tiene el periódico impreso?
			¿Qué características tiene el periódico digital o los medios digitales?
			¿En qué medida uno sustituye al otro?

Elaboración propia

Consideraciones preliminares a la propuesta metodológica

Este documento expuso el marco metodológico diseñado para atender a la pregunta de investigación ¿cuáles son las prácticas culturales que insertan al periódico impreso en la vida cotidiana?

La observación participante se presenta como una herramienta relevante para el estudio de las prácticas de lectura en los espacios públicos y privados: la casa, plazas públicas, la oficina o el trabajo, el transporte público, las salas de espera y el café o restaurante (ENL, 2015).

Además, los instrumentos de recogida de datos se diseñan a partir de la ENL (2015) y del estado del arte que (Fortunati, Taipale y Farinosi, 2015) y (Sunkel, 2006), es así que se definen sitios de observación, así como se establecen las categorías a indagar en el trabajo de campo. Todo esto con el objetivo de ofrecer una comprensión cultural sobre las prácticas vinculadas con los medios impresos.

Ejercicio piloto de observación participante: Aproximación al trabajo de campo para comprender la vigencia del periódico impreso

El ejercicio piloto de observación participante que se describe a continuación se realizó desde el jueves 28 de julio de 2016 hasta el 21 de septiembre de 2016, en diferentes horarios y días. Sin embargo, el objetivo de este texto es presentar los resultados de este ejercicio: la descripción del lugar, de las prácticas de lectura y de las pautas para continuar el trabajo de campo.

Dicha etapa implicó la observación sistemática de sujetos leyendo el periódico e implicó la participación de la investigadora, al formar parte de la comunidad que asiste a una biblioteca pública.

La biblioteca pública: características generales

El lugar de observación fue una biblioteca pública¹³, cuyo horario de servicio es de 8:00 a 21:00 horas, de lunes a viernes, y de 9:00 a 13:00 horas los sábados y domingos. Además del acervo bibliográfico, audiovisual, digital y hemerográfico, cuenta con una sala de lectura en el acceso principal. Sillones, mesas y bancos conforman el mobiliario del lugar. Es un espacio organizado y diseñado para permanecer tiempos prolongados, a pesar de también ser un lugar de paso.

¹³ Es la Biblioteca Centra de la Universidad Autónoma de Querétaro, ubicada al centro de la ciudad. No hay acceso controlado, es así que al sitio ingresan tanto estudiantes como personas externas a la institución.



En la sala de lectura hay estanterías con revistas (diversos géneros) y periódicos (locales y nacionales) para consulta, y algunos semanarios impresos de divulgación gratuita. Los diarios locales con los que cuenta son: *Diario de Querétaro*, *am de Querétaro*, *Noticias*, *El Corregidor*. Los de circulación nacional: *La Jornada*, *Reformar*,

El Financiero, El Economista. Este listado excluye a los diarios deportivos y de nota roja.

En la sala de lectura hay estanterías con revistas (diversos géneros) y periódicos (locales y nacionales) para consulta, y algunos semanarios impresos de divulgación gratuita. Los diarios locales con los que cuenta son: Diario de Querétaro, am de Querétaro, Noticias, El Corregidor. Los de circulación nacional: La Jornada, Reformar, El Financiero, El Economista. Este listado excluye a los diarios deportivos y de nota roja.



Las publicaciones gratuitas corresponden al diario *El Economista*, los semanarios *Magazine, Tribuna de Querétaro, Libertad de Palabra*, los mensuarios *Futuro Querétaro*, y las revistas *Gazzeta Universitaria, Asomarte*. Igualmente, la sala de lectura

cuenta con acceso gratuito a Internet y contactos de luz, lo que posibilita el uso de dispositivos electrónicos para consulta y lectura de información.

Las primeras horas de la mañana.

La observación participante se retomó como una herramienta para el estudio de las prácticas de lectura, así como lo llevaron a cabo Fortunati et al. (2015). Para la recogida de información se contó con un diario de campo en el cual se registró fecha y horario, enseguida la descripción de aquellos lectores que consultaron prensa.

El 28 de julio se inició el ejercicio piloto. Eran las ocho de la mañana cuando el personal de la biblioteca abrió las puertas y dio los buenos días a los estudiantes que ya se apostaban afuera del edificio. A pesar de estar en verano, era una mañana fresca. Entonces, jóvenes de entre 18 a 30 años pasaron. Algunos caminaron hacia el área de acervo bibliográfico, otros hacia los baños y unos más permanecieron en la sala de lectura.

Desde sus primeros momentos de apertura, la sala recibe a estudiantes que se acomodan en un banco o en un sillón, ya sea para estudiar: sacar un cuaderno, un libro; hacer apuntes; prender la computadora, revisar documentos. O bien, para dormir. A partir de las 8 de la mañana, el tránsito de estudiantes es constante. Además, la sala de lectura es un lugar de permanencia y de paso para acceder a oficinas, ubicadas un piso arriba, o hacia otros espacios de la biblioteca.

Sin embargo, hasta las 10 de la mañana la lectura de periódicos no es una práctica común. Tal como sucedió aquel 28 de julio, esta rutina fue semejante para el resto de los días. Sucede que los diarios tanto locales como nacionales llegan después

de las diez horas, y es algo que los lectores parecen conocer. Sin embargo, es en este tiempo cuando se constituye -principalmente- la práctica de lectura efímera/instantánea.

Estudiantes y profesores caminan frente a la estantería, se detienen unos instantes y sin tomar el ejemplar, pasan la mirada por encima: fotografías, titulares. Enseguida, la fecha quita toda intensidad de una lectura más profunda y siguen el camino.

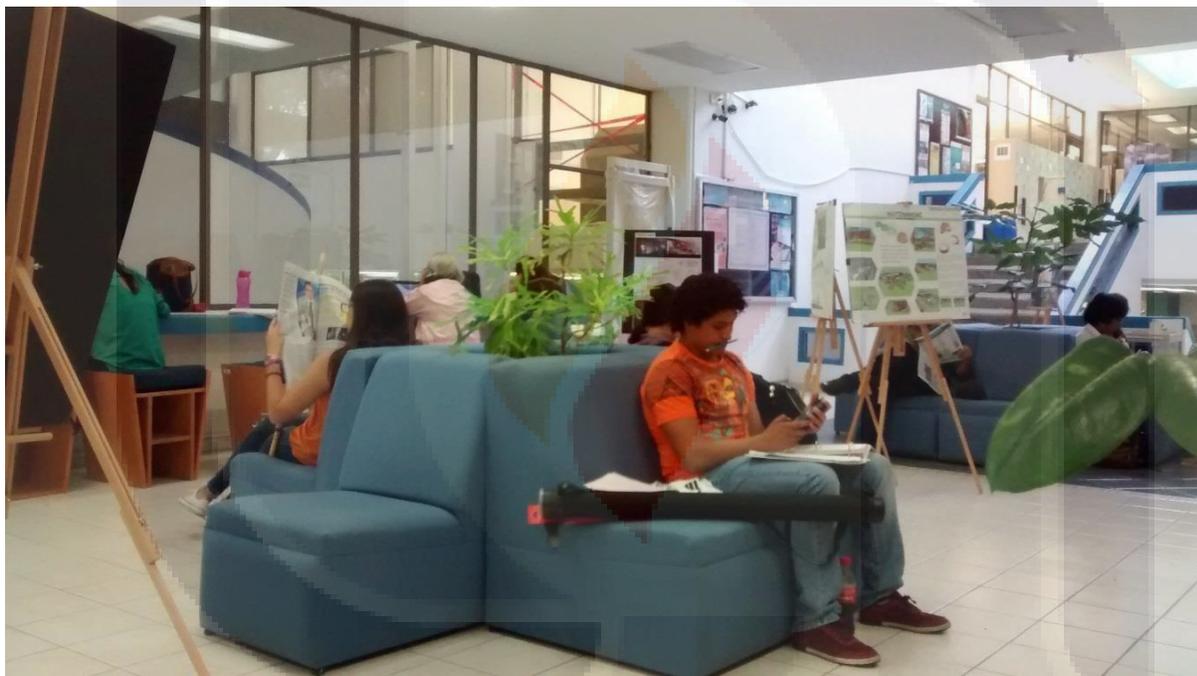
Cuando los periódicos llegan a la sala de lectura, el bibliotecario ya tiene listos los soportes (palos de madera) de los diarios, ya ha retirado los ejemplares del día anterior, y se dispone a colocarlos casi inmediatamente. Quien lleva los periódicos a la biblioteca es un “voceador”, que parece entregar varios ejemplares en todas las oficinas cercanas.

Mientras tanto, en la sala de lectura hay estudiantes descansando, desplazando imágenes en el celular, otros escribiendo en sus cuadernos o en sus computadoras. Y en este escenario en el que convergen las prácticas de lectura en soportes digitales e impresos, acuden los lectores de prensa.

Los lectores de periódicos impresos: género, edades y prácticas

Durante el periodo de observación, se constituyeron grupos de edad para caracterizar a los lectores observados: 18 a 30 años; 31 a 40 años; 41 a 50 años; 51 a 60 años; más de 61 años. Esta fue una primera clasificación que permitió identificar posibles grupos de edades que prefieren la lectura de periódicos impresos. Aunque hubo lectores que pueden agruparse en cualquiera de los rangos, los sujetos pueden ubicarse, principalmente, en los grupos de 30 años en adelante.

En cuanto al género, otra segunda categoría de caracterización. Después de las diez de la mañana, son hombres -principalmente-, quienes realizan diversas lecturas de periódicos impresos. Cabe señalar que una limitación de este ejercicio piloto fue que el registro de información se realizó en distintos horarios, con duración de tres a cinco horas. Y a pesar de llevarlo a cabo durante mañana, tarde y noche. Sólo se tuvo registro de dos mujeres que leyendo el periódico. Una de ellas puede ubicarse entre los 18 a 30 años y la otra, de los 41 a 50 años.



Sobre las prácticas de lectura que llevan a cabo mujeres

La primera de las lectoras es una estudiante. Vestida con ropa y zapatos informales, llegó a la sala de lectura con un paso rápido. Dejó su mochila en uno de los estantes, y se dispuso a tomar un periódico (era *Reforma*). Lo llevó hasta un sillón, lo hojeó con rapidez, y enseguida bajo las escaleras. Volvió con un par de fotocopias en las manos.

Colocó el diario en su lugar. Tomó su mochila y se fue de la sala. Se trató de una lectura efímera con la intención de recuperar o de guardar un elemento del periódico. Esto se registró el 11 de agosto, a la 1:42 p.m.

El 21 de septiembre, a las 7:39 p.m., aparece en la sala, la segunda lectora de quien se tiene registro. Se trató de una mujer cuya edad podría ubicarse entre los 40 a los 50 años. Estaba sentada a un lado de los estantes de periódicos. Tenía en sus manos *El Diario de Querétaro*. Inició con una revisión de la primera plana. Fue minuciosa, atenta. Y poco a poco, continuó avanzado en las páginas. Fue una práctica de lectura lenta e interrumpida en varias ocasiones por llamadas telefónicas, de quienes parecían ser familiares o compañeros de trabajo.

La lectora, desde la sala, dio indicaciones a sus hijos sobre los quehaceres en el hogar, e incluso, dio órdenes sobre a qué proveedores solicitar materiales. A pesar de las interrupciones, volvía al periódico, leía y avanzaba en las páginas hasta llegar un momento en que sacó una pluma y comenzó hacer anotaciones. Su lectura se prolongó por más de 40 minutos. Después de las ocho de la noche, dejó el periódico en el estante y salió de la biblioteca.

Después de revisar el ejemplar, el diario aún tiene las anotaciones hechas por la lectora, quien dedicó parte de su tiempo en la sala para resolver el crucigrama y la sopa de letras, publicados por *El Diario de Querétaro*.

El hecho de que se hayan registrado sólo dos mujeres leyendo el periódico impreso plantea varios cuestionamientos: ¿la sala de lectura de una biblioteca es un espacio común para que las mujeres lean el periódico?, ¿por qué la lectura del periódico es una práctica vinculada más a los hombres que a las mujeres?, ¿cuál es el

interés de una mujer para consultar el periódico impreso?, ¿las prácticas de lectura del periódico digital serán más comunes entre mujeres? O ¿se repetirá el mismo patrón que favorece a los hombres?



Las prácticas de lectura de los hombres

Respecto a las prácticas de los lectores, cabe destacar que no hay un patrón recurrente para definir que haya grupos de edad que privilegien horarios ni tipos de lectura. En cambio, los lectores -sin importar la edad- definen diversas prácticas.

Como se señaló anteriormente, los lectores se caracterizaron, primero, por grupo de edad y fue a través de la observación que se constituyeron estas clasificaciones. Si bien, los lectores con edades de entre los 18 a los 30 años son menos recurrentes, sus prácticas de lectura no se diferencian tanto del resto de los usuarios.

Por ejemplo, el 31 de agosto, se encontraban en la sala tres lectores de diferentes edades. Como se muestra en la fotografía, el primero de ellos (de pie frente a la estantería) puede ubicarse en el grupo de edad de 18 a 30 años, el segundo (sentado) en el grupo de 50 a 60 años, y el tercero de ellos (sentado) de 60 años o más.

Eran las once de la mañana, y cada uno de ellos llevó a cabo una práctica de lectura diferente. El lector que se encuentra de pie había entrado a la sala, buscó un periódico, lo sostuvo, sólo para leer la portada y caminó hacia el interior de la biblioteca. El segundo había llegado, hacía unos 15 minutos, y leía con atención el diario *La Jornada*. Sólo ese ejemplar y ningún otro. Mientras el tercer lector (de cabello cano y vestido con camisa roja), llevaba más de una hora leyendo diversos ejemplares (locales y nacionales). En los dos últimos casos, la lectura inició por revisar la portada y, después, una página a la vez.



Por otra parte, las prácticas de lectura representan una categoría transversal, lo que significa que ni la edad ni el género son categorías que definan un tipo de rutina o de lectura; no depende de éstas si se trata de una lectura rápida y superficial, extensa y profunda. Hombres y mujeres pueden compartir las mismas dinámicas; e incluso, sus prácticas de lectura no son únicas ni excluyentes.

La definición de prácticas de lectura.

El ejercicio piloto de observación permite identificar algunas las prácticas de lectura: efímeras (revisión de titulares y de portada); lectura específica (una sección particular: deportes, avisos de ocasión, nota roja); de un periódico (lectura extensa, profunda y recreativa de un medio de comunicación impreso); lectura extensa (revisión de periódicos locales y nacionales, lecturas con duración mayor a una hora).

El 9 de septiembre, a las 13:30 pm, un lector, cuya edad podría ubicarse entre los 50 y 60 años, llegó a la sala. Estuvo de pie frente a los periódicos, y después tomó un ejemplar local, *am de Querétaro*, revisó la portada, y después comenzó permaneció leyendo las páginas correspondientes a los artículos de opinión. Su lectura, sólo de la sección, se prolongó hasta las 14:00 horas. Se trató de una práctica específica.

Diez minutos antes, a las 13:51 horas, otro lector, quien se había observado (el 31 de agosto, a las once de la mañana), también llegó a la sala. Su edad, se estima entre los 50 a 60 años, a diferencia de la primera observación, el lector revisó diferentes periódicos locales y nacionales: inició por *La Jornada*, continuó con *El Universal*, *Diario de Querétaro* y *am de Querétaro*.

Este segundo sujeto, había llegado a las 13:51 horas y su lectura duró hasta las 15:25 horas. Iniciaba con una revisión de la portada, y enseguida, una página a la vez. Permaneció tiempos más prolongados en las secciones de opinión, políticas y deportivas.



Este lector tuvo comportamientos diferentes. La primera ocasión que se describieron sus prácticas fue el miércoles 31 de agosto, a las 11 horas. Y su práctica de lectura puede definirse “de un periódico”; esta ocasión, la fecha fue viernes a las 13:51 horas, y su práctica puede caracterizarse “extensa”. La diferencia en el horario para elegir la lectura, así como el tipo de la misma puede relacionarse en cómo se inserta la práctica de lectura en la vida cotidiana.

Otro caso semejante a la variación del tipo de prácticas de lectura y la relación de éstas con la vida cotidiana, se ilustra con la observación de un lector, asistente asiduo a la sala, cuya edad puede ubicarse entre los 60 a más años.

El viernes 9 de septiembre, la observación participante inició a las seis de la tarde, el propósito fue estar presente hasta el cierre de la biblioteca. Al comienzo del ejercicio, no había lectores sino algunas personas trabajando en la computadora.



Este lector tuvo comportamientos diferentes. La primera ocasión que se describieron sus prácticas fue el miércoles 31 de agosto, a las 11 horas. Y su práctica de lectura puede definirse “de un periódico”; esta ocasión, la fecha fue viernes a las 13:51 horas, y su práctica puede caracterizarse “extensa”. La diferencia en el horario para elegir la lectura, así como el tipo de la misma puede relacionarse en cómo se inserta la práctica de lectura en la vida cotidiana.

Otro caso semejante a la variación del tipo de prácticas de lectura y la relación de éstas con la vida cotidiana, se ilustra con la observación de un lector, asistente asiduo a la sala, cuya edad puede ubicarse entre los 60 a más años.

El viernes 9 de septiembre, la observación participante inició a las seis de la tarde, el propósito fue estar presente hasta el cierre de la biblioteca. Al comienzo del ejercicio, no había lectores sino algunas personas trabajando en la computadora.

A las 7:05 pm, con paso lento, entró a la sala un lector (60 o más años) que ya se había observado llegar a las 11:00 y 13:00 horas, realizando siempre prácticas de lectura “extensa”, y enseguida, caminaba por todo el espacio revisando los ejemplares de semanarios y mensuarios gratuitos, elegía algunos y los llevaba bajo el brazo.

Tal como siempre lo había hecho, tomó cuatro ejemplares nacionales y locales: *La Jornada*, *El Universal*, *am de Querétaro* y *Diario de Querétaro*. Revisó con atención la portada del primer diario, y pasó las páginas poco a poco. Esta práctica tuvo lugar hasta las 8:30 p.m. Esta ocasión también se observó una práctica de lectura “extensa”, pero en un horario diferente.

Al mismo tiempo que el sujeto leía con atención cada uno de los ejemplares. Otro lector irrumpió en la sala, su edad -puede estimarse- entre los 30 a 40 años. Él escogió el periódico Noticias. Se sentó y acercó una mesa para apoyar en esta el periódico. La práctica de lectura fue de un periódico. Igualmente, inició por la portada y revisó el diario por unos 20 minutos.

En otras palabras, los grupos de edad y el género no son categorías que distingan las prácticas de lectura, pero sí pueden representar grupos de mayor o menor acceso a los periódicos impresos. De esta manera, las prácticas de lectura son categorías transversales, cuya comprensión está anclada en la vida cotidiana.



Conclusiones: pautas para el diseño del trabajo de campo

Las conclusiones a este ejercicio de observación participante se exponen en dos líneas: el diseño del trabajo de campo y esbozo de hallazgos.

El ejercicio piloto permitió replantear el trabajo de campo a realizarse, determinar fortalezas, riesgos y debilidades. Se enlistan: lugar de observación, instrumentos para la recogida de datos, herramientas de investigación complementarias.

Realizar la observación participante en una biblioteca excluye otros espacios en los cuales se genera la lectura de periódicos impresos y digitales. Por ejemplo: plazas públicas, cafeterías, hogares. Esta primera observación facilita dos decisiones: ampliar los espacios de observación y modificar la herramienta de investigación. Es decir, emplear otros recursos como la entrevista semiestructurada y la fotografía como respaldo de la observación.

Los datos generados durante el ejercicio piloto se registraron en un diario de campo, sin categorías previas de observación. Sin embargo, ahora se plantea un formato para la recogida de datos.

Tabla 5. Formato para observación multisituada

Datos generales	Lugar					
	Fecha					
	Horario					
Lectores	Edad			Género		
	1	2	3	4	5	6
Práctica de lectura.						
Observaciones						

Elaboración propia.

En el trabajo de campo, la fotografía será un instrumento del investigador para documentar o analizar posteriormente aspectos de la vida social y la interacción social, implica la creación de imágenes, aunque el propósito del proyecto no sea específicamente visual (Banks, 2014).

Tabla 6. Formato para respaldo de fotografías.

Datos generales	Lugar					
	Fecha					
	Horario					
Lectores	Edad			Género		
	1	2	3	4	5	6
Práctica de lectura.						
Fotografía						
Observaciones						

Elaboración propia.

Por otra parte, durante el ejercicio piloto no se realizaron entrevistas como herramientas complementarias a la observación. Por lo tanto, se plantea realizar entrevistas semiestructuradas. El diseño de las preguntas parte de la observación, y de datos cuantitativos publicados en la Encuesta Nacional de Lectura 2015-2018.

Tabla 7. Categorías para el diseño de la entrevista semiestructurada

Categorías para análisis	Categorías trabajo de campo	Descripción	Preguntas (propuestas)
Perfil cultural del lector	Datos generales del lector	Edad Sexo Escolaridad Ocupación	
	Trayectoria del sujeto como lector	Determinar las instituciones que influyeron en la constitución de las prácticas de lectura	¿Cuándo se inició como lector de periódicos impresos?
Vida cotidiana (Zalpa, 2007; De Certeau, 2002).			En el contexto del hogar, ¿qué prácticas de lectura se tenían? ¿Cuándo era niño, sus padres leían periódicos con Usted? ¿Cómo y qué recuerda de esos momentos de lectura?
			¿Recuerda algunas prácticas de lectura en la escuela?
			¿Otras instituciones (escuela, iglesia) influyeron en su práctica de lectura?
Prácticas culturales (Bourdieu, 2000, 2002; De Certeau, 2002).	Prácticas culturales y vida cotidiana		¿Qué momentos del día dedica a la lectura y por qué? ¿Cómo adquiere el periódico que lee? Durante la jornada diaria, ¿qué uso le da al periódico? Después de leer el periódico, ¿qué hace con el periódico?
Prácticas de lectura (Bourdieu y Chartier, 2010).	Prácticas de lectura y prácticas culturales		¿Qué periódicos suele leer y por qué? ¿De qué manera comienza a leer el periódico? ¿y por qué?
		Diferencias entre el periódico impreso y otros medios de comunicación	¿Qué características tiene el periódico impreso?
Espacio y prácticas culturales (De Certeau, 2002; Jansson A. y J. Falkheimer, 2006; Ramírez Kuri, 2009).			¿En qué lugares acostumbra a leer el periódico principalmente? ¿Por qué prefiere esos lugares?

Fuente: Elaboración propia

Por último, el ejercicio piloto ofrece los hallazgos siguientes: los principales lectores de periódicos impresos son hombres, los lectores de diarios en papel se ubican, principalmente, entre los 30 años en adelante; las prácticas de lectura se insertan en la vida cotidiana. Y las prácticas de lectura parecen categorías transversales que superan la distinción de los lectores por género y por edad.



**Los periódicos impresos y sus lectores: perfiles socioculturales, desde la ENL
(2015)**

Los diarios impresos están vigentes en la vida cotidiana de las personas. En la era de la convergencia mediática, los periódicos en papel se presentan como medios de comunicación propios de las clases sociales menos favorecidas, en términos económicos y educativos; se visualizan en el hogar como un espacio privado y en las plazas como lugares públicos. Representan la compañía en los tiempos de espera y en el transporte público.

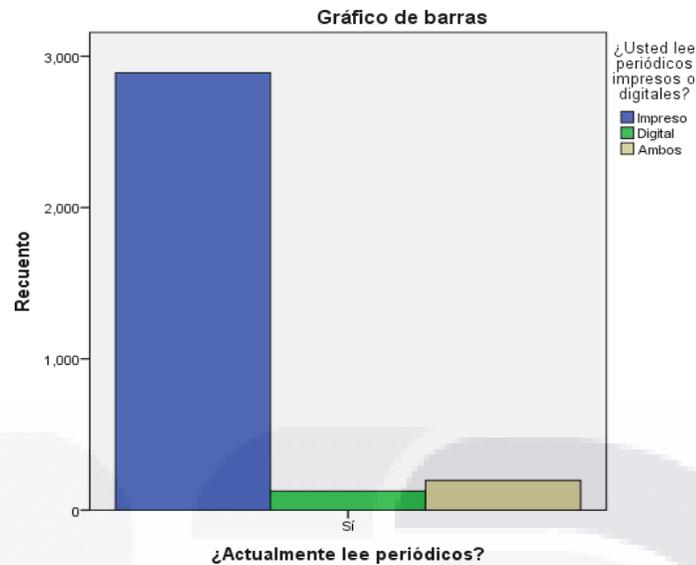
La Encuesta Nacional de Lectura (ENL, 2015) así caracteriza a los lectores de periódicos impresos y describe que aún el periódico digital no representa un medio de comunicación consultado por las mayorías.

Dicho estudio permite describir las condiciones que caracterizan la inserción del periódico impreso en la vida cotidiana.

México: un país de lectores de periódicos impresos

La ENL (2015) describe que México es un país en donde prevalecen los lectores de periódicos impresos. Según los datos generados por tal estudio, el 90% de los encuestados (que representan a 2 mil 891 personas) afirma leer periódicos impresos, sólo el 3.9% (126 personas) declararon leer periódicos digitales. Mientras que el 6.1% (197 personas) afirmó ser lector de ambos medios. Este panorama plantea diversas inquietudes sobre quiénes son esos lectores, el tipo de periódicos que leen, así como las prácticas de lectura que caracterizan a los medios de comunicación.

Gráfica 4. ¿Actualmente lee periódicos?

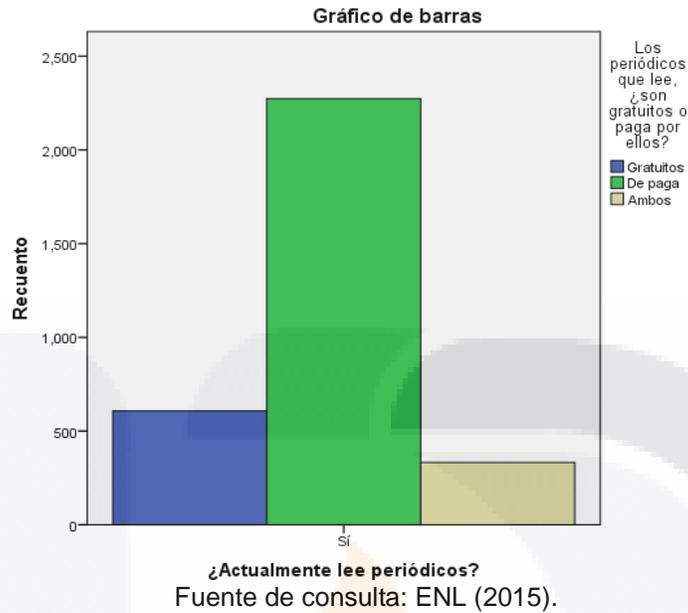


Además, los lectores de periódicos costean la información que consultan (ENL, 2015). El 70.8% (2 mil 274 personas) paga por el periódico que lee; mientras que el 18.9% (608 personas) consulta los diarios gratuitos. Igualmente, hay un grupo de lectores que paga por ellos y lee periódicos gratuitos, representado por el 10.3% (332 personas).

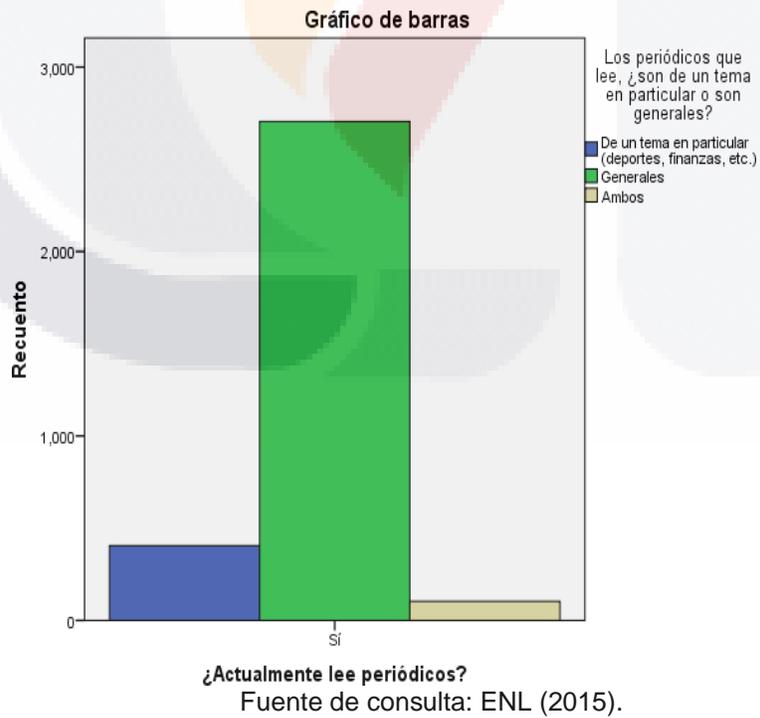
Los lectores de diarios impresos prefieren los medios de comunicación, cuyos contenidos son generales, específicamente, el 84.2% de los lectores (2 mil 705). Mientras que el 12.6% declaró leer prensa sobre un tema en particular (finanzas, deportes, etc.). Mientras, el 3.2% (103 lectores) afirman leer periódicos de temáticas diversas.

En síntesis, la ENL (2015) describe que México es un país en donde predomina la lectura de periódicos impresos por encima de los digitales. El lector de este medio de comunicación prefiere pagar para adquirir un diario, cuyos contenidos abarcan información general.

Gráfica 5. Los periódicos que lee, ¿son gratuitos o paga por ellos?



Gráfica 6. Los periódicos que lee, ¿son de un tema en particular o son generales?



El periódico impreso: medio de comunicación para las clases sociales menos favorecidas

Aunque la ENL (2015) tipifica a los sujetos considerando diversas prácticas de lectura¹⁴. Igualmente, los datos del estudio caracterizan a los lectores de periódicos impresos en México. Son sujetos con edades entre los 20 a 50 años, con niveles bajos en términos educativos y económicos.

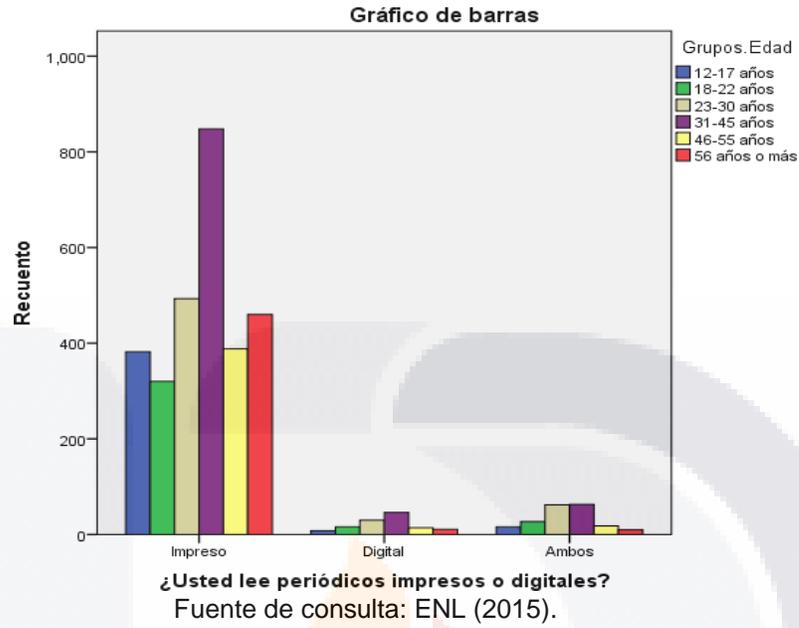
Los lectores de periódicos impresos se ubican entre los 31-45 años, continúan de 23 a 30 años y de 56 años a más. Mientras, los lectores de periódicos digitales se ubican también entre el grupo de edad de los 31-45 años. Mientras, los grupos de edad 23-30 años a 31-45 años leen ambos periódicos.

Sobre la edad, los lectores de diarios impresos, periódicos digitales y de ambos se ubican, en su mayoría, en el grupo de edad de los 31 a 45 años y 23 a 30 años. Es decir, comparten generaciones de lectores. No obstante, la diferencia radica en que el tercer grupo de edad presente entre los lectores del diario impreso es el de 56 años o más. En cambio, los lectores de periódicos digitales y de ambos medios tienen un tercer grupo de edad que agrupa a jóvenes entre los 18 a 22 años.

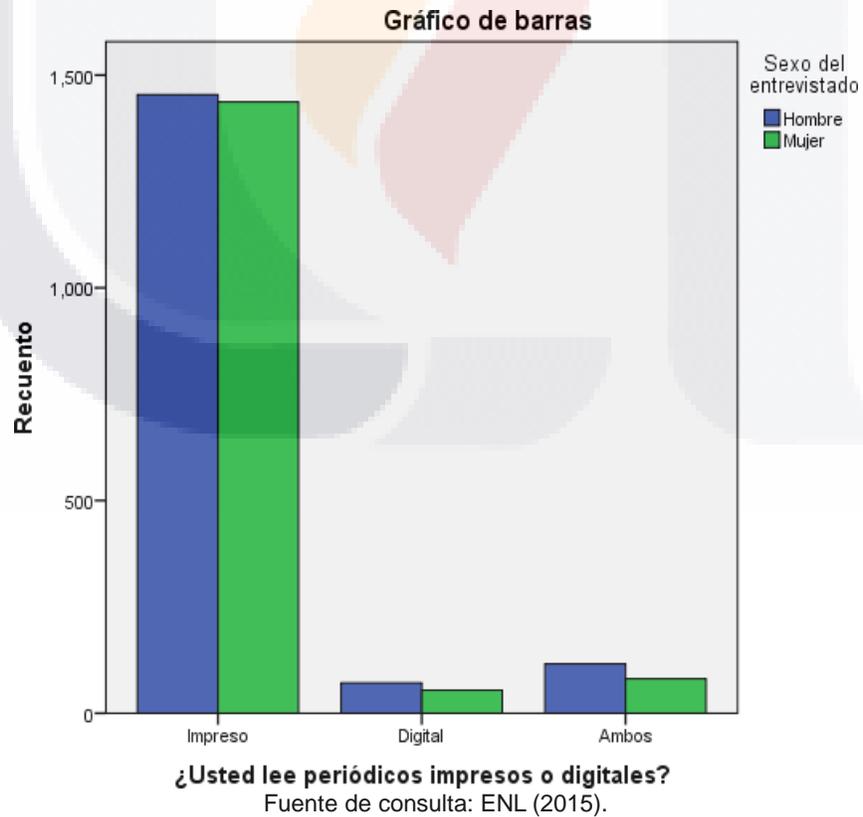
Respecto al género, los lectores de ambos medios de comunicación son, principalmente, hombres. En cualquiera de los casos: el diario impreso tiene el 50.3% de hombres como lectores, mientras el 49.7% restante son mujeres. El periódico digital: 56.8% hombres y 43.2% mujeres. Por su parte, los lectores de ambos medios de comunicación repiten la condición: 58.9% hombres y 41.1% mujeres. Incluso, es la mujer quien menos periódicos digitales lee.

¹⁴ Lector diversificado, Lector preferente de publicaciones periódicas, Lector preferente de información y Muy poco lectores (ENL, 2015).

Gráfica 8. Grupos de edad (lectores de periódicos impresos y digitales).



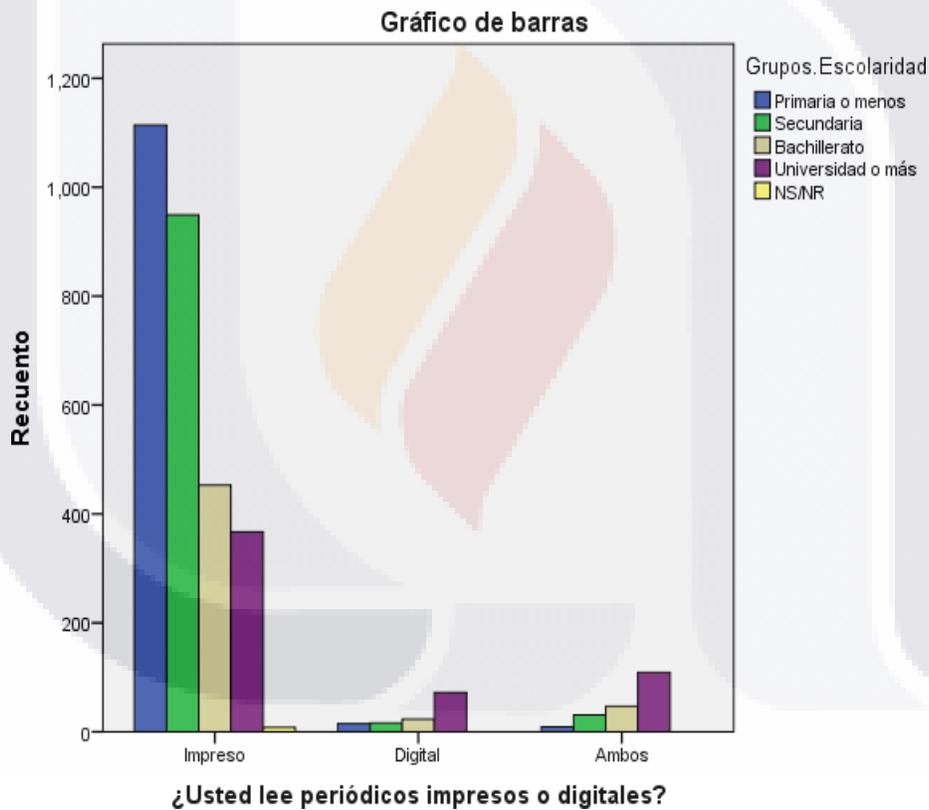
Gráfica 7. Sexo del entrevistado (lectores de periódicos impresos y digitales)



Sobre la escolaridad, los lectores de periódicos impresos son aquellos cuya instrucción se ubica en los niveles básicos: primaria o menos con el 38.5%. Mientras, los lectores con niveles educativos superiores prefieren la consulta del periódico digital o de ambos medios de comunicación.

El grado universitario caracteriza a los lectores del periódico digital: el 57.1%. O bien, representa el 55.6% para el caso de los lectores de periódicos impresos y digitales.

Gráfica 9. Nivel de escolaridad de lectores.



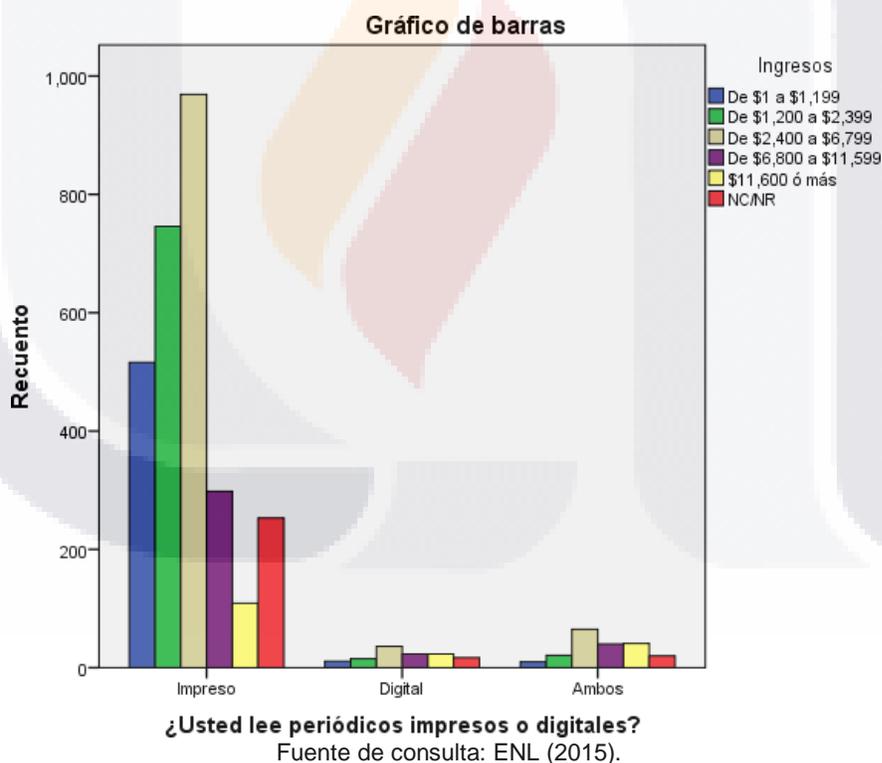
Fuente de consulta: ENL (2015).

La ENL (2015) también recupera datos sobre los ingresos económicos de los lectores. Los sujetos que prefieren los periódicos impresos tienen ingresos De

\$2,400 a \$6,799 (el 33.5%). En el mismo grupo económico, se ubican principalmente, los lectores de periódicos digitales o de ambos medios de comunicación (28.8% y 33.0%, respectivamente).

A su vez, es notorio que los lectores de periódicos impresos en México se ubican entre los sectores económicos menos favorecidos del país De \$1,200 a \$2,399 (25.8%) y De \$1 a \$1,119 (17.8%). Mientras, los lectores de periódicos digitales se ubican entre los grupos De \$2,400 a \$6,799 (28.8%), De \$6,800 a \$11,599 (18.4%). Por último, los lectores de ambos medios coinciden con el panorama anterior De \$2,400 a \$6,799 (33.0%), De \$6,800 a \$11,599 (20.3%).

Gráfica 10. Ingresos económicos de los lectores.



La descripción del perfil de lectores de diarios impresos y digitales plantea otras reflexiones sobre: la exclusión y la inclusión que generan los niveles educativos y económicos para el acceso a medios de comunicación. La población menos favorecida

en instrucción escolar e ingresos monetarios accede, en su mayoría, a los periódicos impresos. Por su parte, los lectores con niveles tanto educativos como económicos consulta el periódico digital, o en su caso, a ambos medios de comunicación (impresos y digitales).

Sin dejar de lado que la categoría “género” se presenta en favor de los hombres. Representan, en su mayoría, a los lectores de periódicos impresos y digitales. En general, en el acceso a estos medios de comunicación se visualizan condiciones estructurales (nivel educativo, cantidad de ingresos), que caracterizan las prácticas de lectura.

Trayectoria de vida de los lectores: la familia institución que fomenta la lectura de periódicos impresos

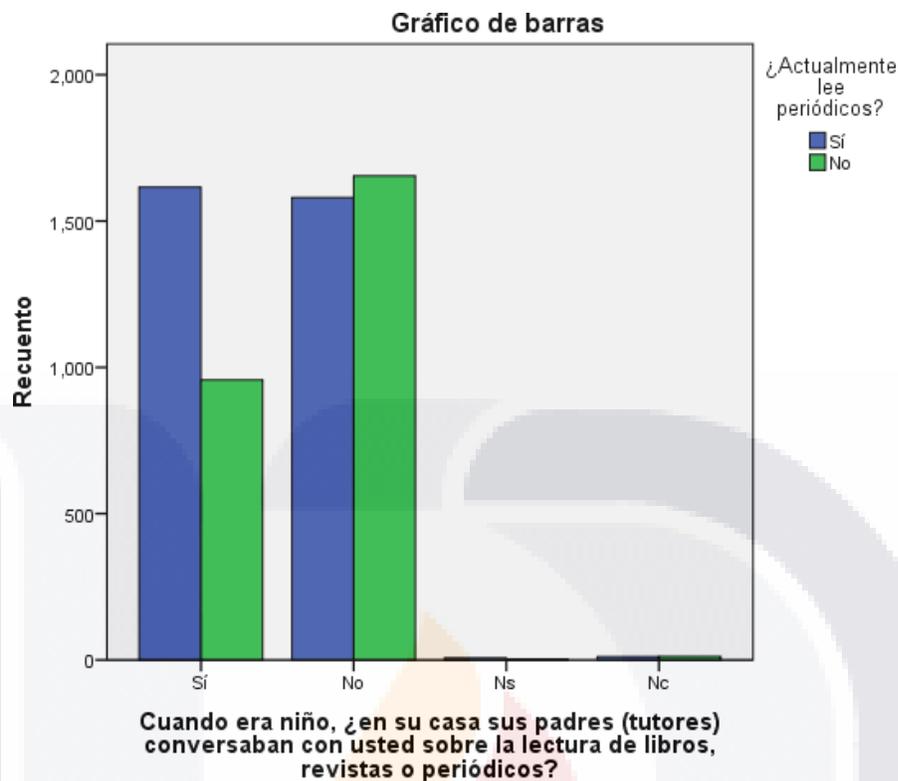
Los datos de la ENL (2015) indagan en la historia de vida de los sujetos. En la mayoría de los casos, quienes se declaran lectores de prensa en la actualidad, cuando niños fueron incentivados por sus padres para hablar de noticias y reflexionar sobre los contenidos de medios impresos.

Del total de encuestados que respondieron afirmativamente a la pregunta:

¿en su casa sus padres (tutores) conversaban con usted sobre noticias del país y/o del mundo?, el 62.8% se declara lector de periódicos. Mientras, el 37.2% restante que respondió de manera positiva no lee diarios.

Por otra parte, entre el total de quienes respondieron negativamente a la misma pregunta, el 48.2% declaró leer los periódicos; mientras que el 51.8% dijo no ser lector de prensa.

Gráfica 11. Relación: conversación sobre medios impresos y lectura de periódicos



Fuente de consulta: ENL (2015).

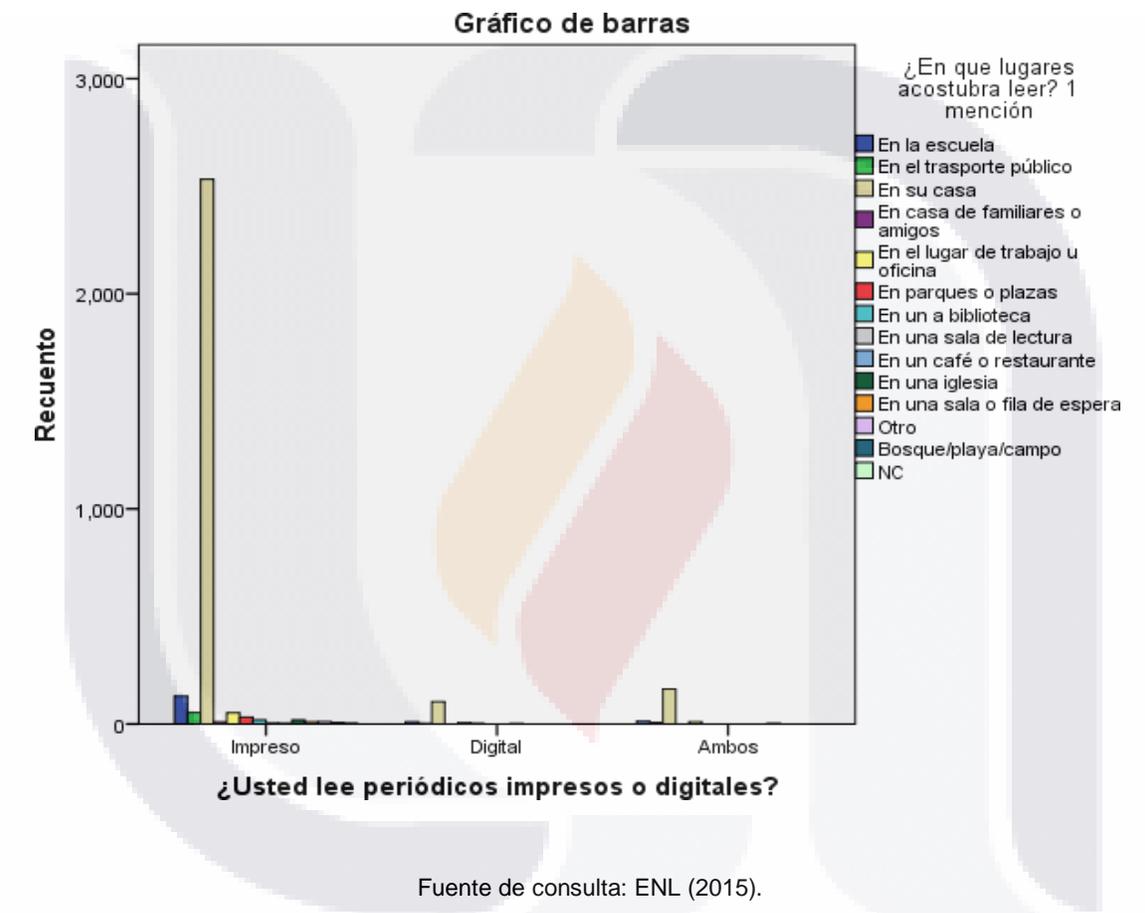
En otras palabras, la ENL (2015) ilustra que la familia y la socialización de la información son factores que fomentan la lectura de la prensa. En este caso, la presencia de estímulos para la lectura de periódicos, durante la infancia, es una variable determinante.

Los espacios de lectura: la casa, los parques y plazas, el transporte público, las salas de espera

La ENL (2015) indagó sobre los espacios de lectura a través de la pregunta: “¿En qué lugares acostumbra a leer?”, los encuestados ofrecieron cuatro menciones. Cuando se analiza dicho planteamiento en relación con “¿Usted lee periódicos impresos o

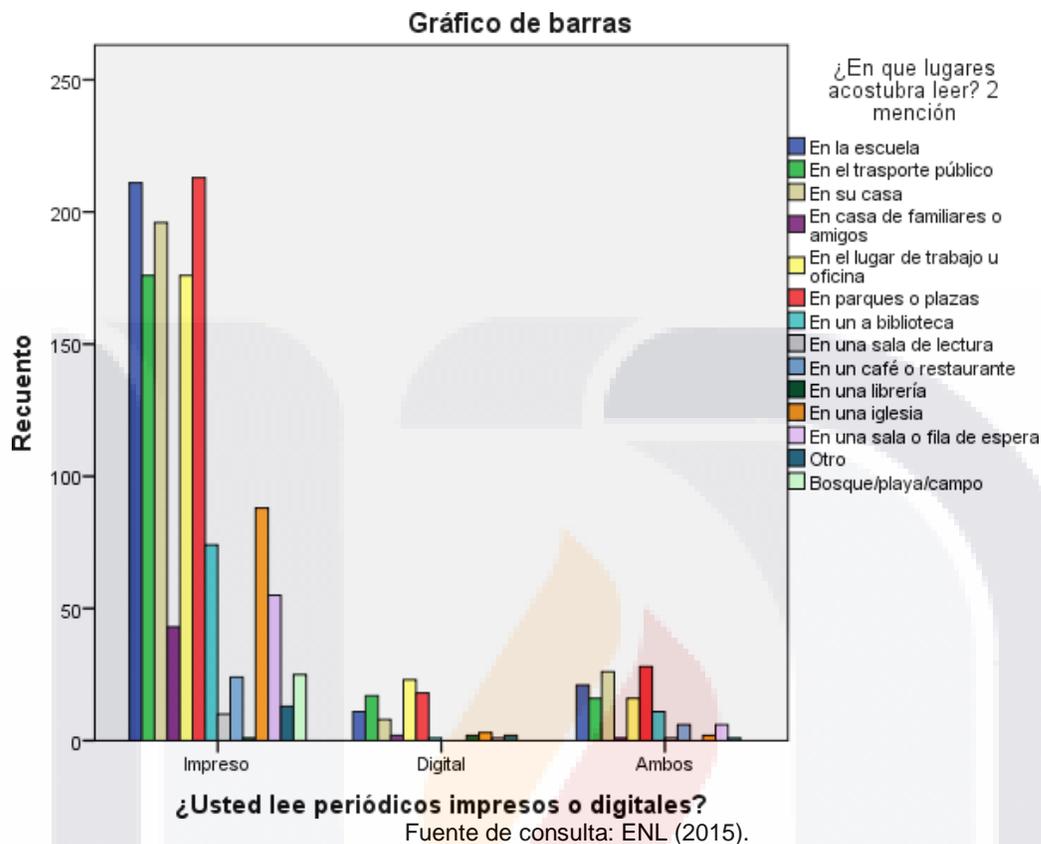
digitales?” Se obtiene que el lugar por excelencia donde se lee prensa es en la casa: el lector de periódicos impresos 87.7% (2 mil 532 personas); periódico digital 81.7% (103 encuestados) y ambos periódicos 83.2% (163 personas).

Gráfica 12. La casa como el lugar principal para la lectura de prensa



Enseguida de “la casa” como lugar de lectura, la segunda mención fue “parques o plazas” para los periódicos impresos con el 82.2% (213 personas); los periódicos digitales en el lugar de trabajo u oficina 10.7% (23 personas). Ambos medios de comunicación en “parques y plazas” 10.8% (28).

Gráfica 13. Lugares de lectura. Segunda mención: parques o plazas y trabajo u oficina

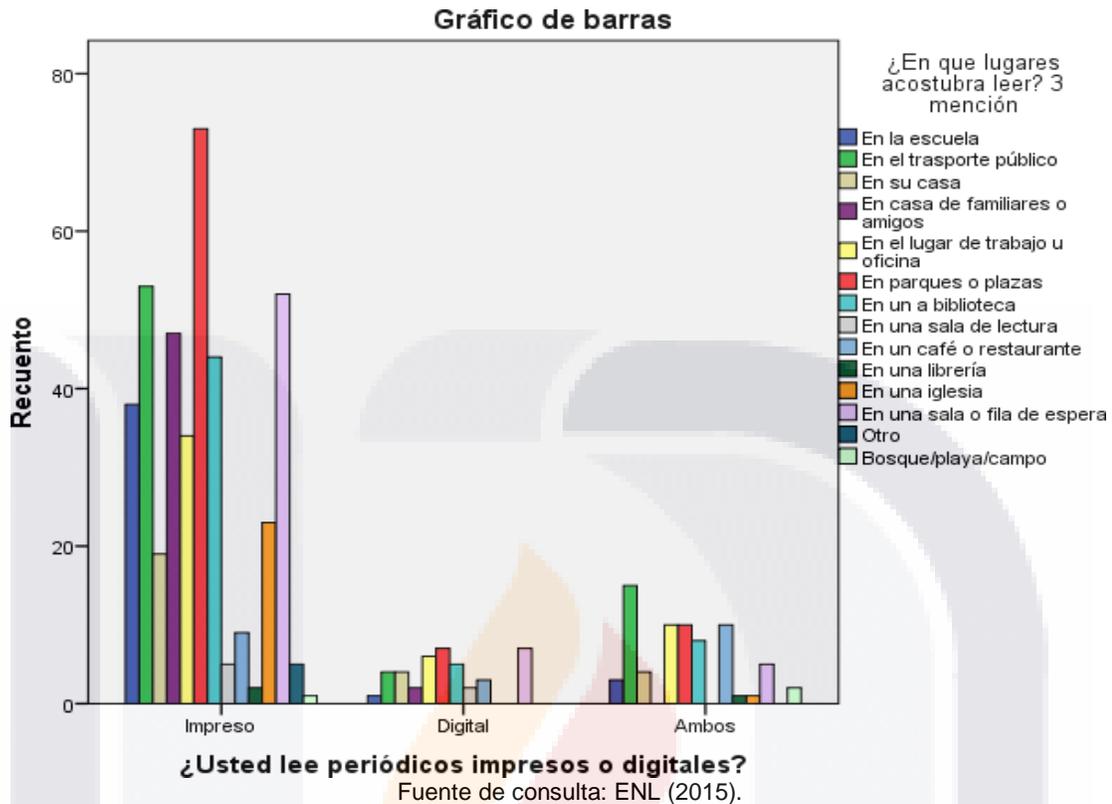


En la tercera mención, se diversifican los lugares donde se lee el periódico impreso: “en parques o plazas públicas” el 81.1% (73 personas), “en el transporte público” el 73.6% (53 personas), “en una sala o fila de espera” el 81.3% (52 personas).

Para el caso del periódico digital: “en una sala o fila de espera” el 10.9% (7 personas), “en parques o plazas” el 7.8% (7 personas) y “en el lugar de trabajo u oficina” el 12% (6 personas).

La lectura de ambos medios: “en el transporte público” el 20.8% (15 personas), “en el lugar de trabajo u oficina” el 20% (10 personas), “en parques o plazas” el 11.1% (10 personas) y “en un café o restaurante” el 45.5% (10 personas).

Gráfica 14. Lugares para leer prensa. Tercera mención



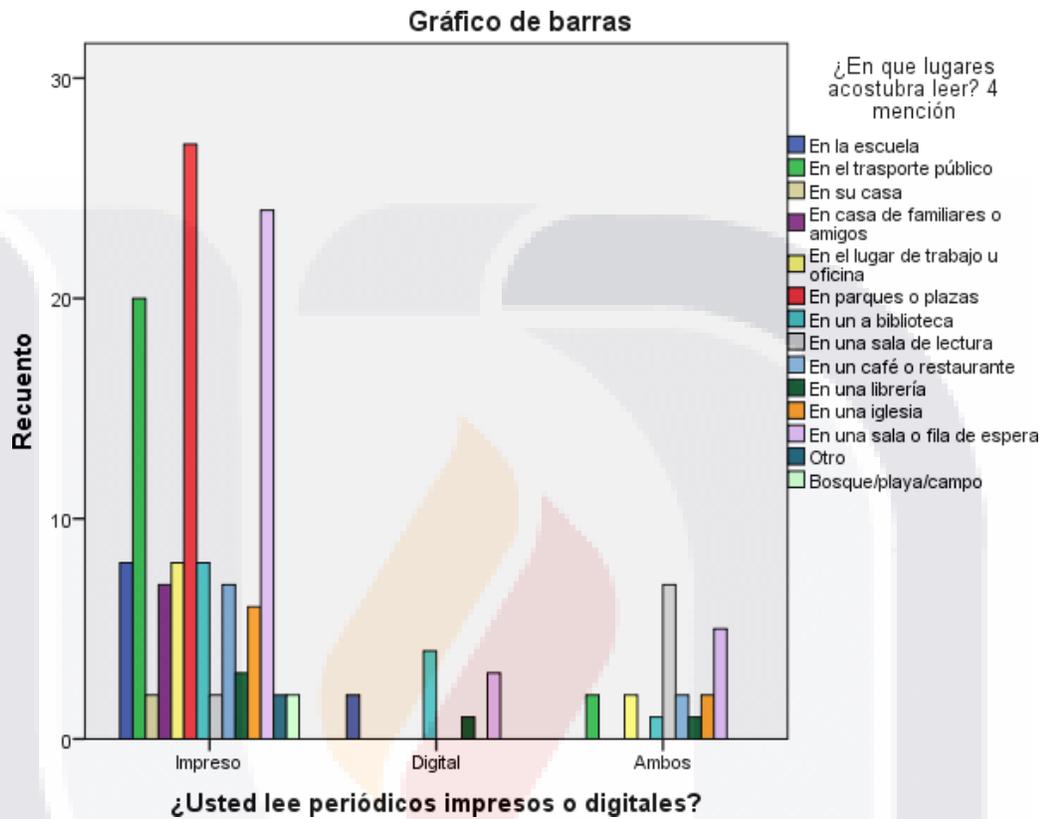
En la cuarta mención, para el caso de periódicos impresos: se leen en “parques o plazas” el 100% (27 personas), “en una sala o fila de espera” 75% (24 personas) y “en el transporte público el 90.9% (20 personas).

Los periódicos digitales en “la biblioteca” el 30.8% (4 personas) y en “una sala o fila de espera” 9.4% (3 personas). Mientras que ambos en “una sala de lectura” el 77.8% (7 personas) y “en una sala o fila de espera” el 15.6% (5 personas), principalmente.

La ENL (2015) muestra que los periódicos impresos se leen principalmente en la casa, los parques y plazas, el transporte público, las salas de espera. La relación con

los lectores se da en el espacio privado, el hogar, pero también en los sitios públicos, mientras los lectores pasan tiempos de recreación y/o espera

Gráfica 15. Lugares para la lectura de prensa. Cuarta mención.



Fuente de consulta: ENL (2015).

Conclusiones: estadísticas para construir y debatir el perfil cultural de lectores de prensa

Frente a la emergencia de dispositivos tecnológicos móviles y de medios de comunicación digitales, el periódico impreso se afianza en la vida cotidiana de los lectores.

Tal como muestra la ENL (2015), los diarios en papel atienden a la población mexicana más desfavorecida en los ámbitos educativos y económicos. A la vez, el periódico

digital es un medio de comunicación más cercano a lectores con niveles educativos superiores y con ingresos económicos favorables.

A estas condiciones estructurales, la familia se suma como una institución que fomenta la lectura de los periódicos. Los lectores reconocen el valor de las conversaciones al interior del hogar sobre medios impresos, o bien, de noticias para generar en ellos la práctica de lectura.

En este sentido, el periódico digital es un medio de comunicación para las minorías y, a pesar de que el diario impreso se muestra como un medio más accesible, ambos se caracterizan por tener más lectores hombres que mujeres. Lo que visualiza una brecha de género para el acceso a información noticiosa en la prensa.

Por último, los lugares por excelencia para leer periódicos impresos son: la casa, plazas públicas, la oficina o el trabajo, el transporte público y las salas de espera.

Apuntes sobre las entrevistas

Las entrevistas han sido parte de la interacción con los lectores, durante la observación participante. En general, han sido diálogos breves (5 a 25 minutos), debido a que la investigadora irrumpe el momento de lectura. Es un encuentro entre personas desconocidas, pero cuyo perfil se define a partir de la Encuesta Nacional de Lectura (2015). Unos momentos se destinan para la presentación y el propósito de la entrevista. Enseguida, comienza el diálogo, cuyo propósito es recuperar datos generales del lector (edad, escolaridad, género, nivel de ingresos), trayectoria de vida del sujeto como lector (familia y escuela), prácticas de lectura (horarios, periódicos, soportes) y significaciones de los medios de comunicación.

En el transcurso del trabajo de campo (abril y mayo, 2017) y como parte de la etnografía multisituada, se realizaron entrevistas semiestructuradas en las cuales los sujetos han definido significaciones particulares al periódico impreso.

El ámbito educativo o instruccional: espacio donde se fomenta y arraiga la lectura de prensa

Las primeras interacciones con los sujetos han arrojado que la escuela o las instituciones educativas en general están vinculadas estrechamente a fomentar, generar y arraigar el hábito de la lectura de prensa. Es en el ámbito educativo donde el lector localiza experiencias que lo vinculan al periódico impreso.

Un lavacoches (de 31 años y educación secundaria) es asiduo lector de *¡Pásala!* Su vínculo con la prensa inició en el Ejército. Hijo de padres analfabetos, cuenta que en la escuela primaria aprendió a leer pero no adquirió el hábito sino hasta después. "Cuando uno está solo en el Ejército, cuando no ves a tu familia, siempre caía bien leer el periódico siempre me ha gustado leer la nota roja, más cuando sacan datos sobre las armas o sobre los delitos porque leer eso, me gusta".

"Entré al Ejército en el 2002, ahí leía *Metro*. No lo aprendí en mi casa, cómo... si mi papá no sabía leer. Pero ahí se me quedó el hábito. Ahora, leo todas las mañanas, después de desayunar, me compro el periódico, lo compro todos los días, y vengo a leer aquí (el Jardín Guerrero) porque es un lugar tranquilo donde nadie te molesta".

Un camino a la alfabetización: la lectura de prensa

El dueño del kiosco de periódicos, ubicado en el atrio del templo de Santa Clara, es lector de *La Jornada*. Es un hombre de 52 años con bachillerato. En su experiencia de vida, la escuela no significó un espacio donde adquiriera el hábito de la lectura. Por el contrario, el aprendió a leer con el periódico porque su familia siempre se ha dedicado a la venta de prensa.

"Mi papá nos enseñó a leer, a mí y a mis hermanos, aprendimos con el periódico. A lo mejor, aprendí cuando tenía 5 o 4 años, así fue como aprendí a leer. Leía el periódico pero también historietas, cosas para niños" (Dueño del puesto de periódicos, 52 años, bachillerato).

A sus 67 años, una maestra de preescolar ya jubilada, lee *Diario de Querétaro*. Para ella, la escuela y el hogar son espacios donde aprendió a leer. "Lo primero que leí fue el periódico. Mi papá siempre lo compraba pero a mí y a mis hermanos nos daba cuentos, historietas. El compraba su periódico y a nosotros nos compraba algo para leer. En la escuela leíamos, leíamos libros, escribíamos pero no leíamos periódicos".

En el ámbito rural también la prensa ha sido medio para el aprendizaje de la lectura. Un jardinero, de 65 años sin estudios, lee *El Sol de San Juan del Río*. Como no fue a la escuela por eso reconoce que aprendió a leer encontrando folletos y letreros. Identificando letras y asociándolas, en ese proceso el periódico representó una forma de acercarse a la lectura.

"Aprendí a leer hace unos 25 años. Fue porque en la casa donde trabajaba me animaron a aprender a leer. Y leí cosas de corrido... y leí periódicos. Compró todos los días el periódico. Es un vicio. Voy a la casa donde trabajo, corto el pasto, riego las

plantas. Luego paso al mercado a comprar mi periódico y vengo a la plaza a leer. Me gusta leer aquí en la plaza, no en mi casa ni en otro lado porque uno llega a su casa a hacer cosas, no a descansar. Y aquí no hay hijos ni nietos que interrumpen" (Jardinero, 65 años, sin estudios).

El trabajo como espacio detonador de la lectura de prensa

A la vez, las primeras interacciones con los lectores han dado elementos para debatir los datos de la ENL (2015). El estudio recupera solo a la escuela y a la familia como instituciones para el fomento de la lectura. Sin embargo, como explica García Canclini (2015) asumir tal supuesto implica una visión reduccionista de las prácticas: en la conformación de la lectura también se visualizan las experiencias individuales, comunitarias, laborales, entre otras.

Un lector del periódico *El Gráfico* (jubilado y sin estudios) reconoce no haber asistido a la escuela y que sus padres fueran analfabetos dificultó su acceso a la lectura.

Se inició como lector a los 14 o 15 años cuando comenzó a trabajar como obrero. Primero, reconoció las letras y luego las relacionó una a otras hasta que aprendió a leer. "Mis papás no sabían leer, cómo iban a ayudarme, fue hasta que crecí y comencé a ser más independiente" (Obrero jubilado, 75 años, sin estudios).

Desde la adolescencia es lector de prensa, por muchas razones, entre tantas porque cuando comenzó a leer fue revisando periódicos. Ahora, a sus 75 años, acostumbra a leer en los parques o plazas públicas. "Es parte de mi día, vengo aquí al

Zenea a leer porque me brinda tranquilidad para estar y leer *El Gráfico*. Es el periódico que he leído siempre”.

Por su parte, un lector de *¡Pásala!* (de 31 años con estudios de secundaria, cuya ocupación es ser albañil) tampoco recuerda que en la casa o en la escuela hayan sido espacios que fomentaran en él la lectura. Por el contrario, fue el trabajo. Comenzó a laborar a los 16 años. Entonces, leía *La Afición*.

"Ya no lo venden (*La Afición*) o yo ya no lo encuentro por eso compro otros periódicos de deportes o de sucesos. Y pues siempre me han gustado los deportes, y es lo que siempre leo. Cuando uno es albañil es lo que más se lee porque también lo leen mis compañeros" (albañil, 31 años, estudios de secundaria).

Él es lector de los diarios *Acontecer*, *Record*, *Esto*, *Noticias* y *am de Querétaro*, "solo estos porque los otros periódicos, por los temas que tratan, no me llaman la atención. Pero tampoco los compro diario, una o dos veces por semana porque son caros. *Record* tan solo cuesta 12 pesos, si lo compro diario, no me alcanza”.

El periódico digital, puente al lugar de origen

Frente a este escenario en donde la escuela, el trabajo o la familia generan espacios y experiencias de fomento a la lectura del diario impreso, el periódico digital adquiere sentido como puente al lugar de origen.

En el Jardín Guerrero, un joven revisa su tableta electrónica. Con mochila en el brazo y acomodado en una banca, pasa los dedos por la pantalla del dispositivo. Es un

joven de 20 años, un estudiante universitario que trabaja los fines de semana como mesero.

En su experiencia ni la escuela ni la familia fomentaron la lectura en dispositivos digitales móviles. En cambio fue una experiencia individual. "Yo soy originario de un pueblo de Tamaulipas, es un lugar sin acceso a Internet ni a la tecnología, cómo podrían enseñarme allí a leer en pantallas. Eso no sucede pero sí contábamos con libros, historietas (en la escuela). Y en mi casa mi papá leía *Milenio Tamaulipas*".

Hace un par de años, este lector dejó su lugar de origen para estudiar una carrera universitaria en Querétaro. "Vine a vivir solo aquí. Voy a la universidad, no tengo un horario fijo por eso esto aquí (en el Jardín Guerrero); como hay Internet gratis, descargo materiales de la escuela, los leo. A veces me voy a la cafetería de la esquina y desde aquí trabajo. Y los fines de semana trabajo como mesero".

Su rutina como estudiante hace que lea en cualquier momento del día y en ratos de ocio. "Leo para la universidad también leo un periódico en Internet, sí tengo Facebook pero no me gusta publicar ni meterme mucho".

"Como no soy de Querétaro. Me voy a escuchar mal pero no me interesa saber qué pasa aquí. No leo periódicos de la ciudad porque no me interesa pero sí leo *Milenio Tamaulipas*". Este joven comenzó la lectura del periódico impreso cuando era niño, fue un hábito que aprendió de su padre.

"Mi papá leía el periódico siempre, *Milenio Tamaulipas*, y yo crecí viendo eso. Entonces, después de que mi papá lo leía, lo dejaba en la casa y yo lo tomaba de vez en cuando. No lo leía todo. Primero las secciones que me gustaban y también mi papá

me compraba algunos comics. Más o menos, empecé a leerlo cuando tenía unos 10 años. Ahora, ya no puedo leerlo en papel porque no estoy allí pero todos los días lo leo en Internet".

El estudiante consulta el periódico digital desde el Jardín Guerrero, donde el acceso a Internet es gratuito. El medio significa un modo de mantenerse en contacto con el lugar desde donde es originario y al que aún no sabe si regresará.

El periódico en los ratos libres: leer para entretenerse

A través del discurso del sujeto, es posible identificar que leer el periódico impreso significa un modo de esparcimiento, descanso, relajación y ocio.

Una mujer de 32 años, cuyo empleo es lavar autos en el espacio público narró que lee el periódico mientras descansa. Ella prefiere leer en los parques o plazas públicas o donde sea que se encuentre el periódico. "Hay mucha gente que lee el periódico y lo tira a la basura; yo lo recojo y lo leo. Rara vez lo compro. Y lo leo cuando no tengo otra cosa qué hacer. Ahorita estoy esperando trabajo por eso lo estaba leyendo".

Leer el periódico impreso también significa una forma de descanso para el boleto (del Jardín Guerrero) de 56, con estudios de primaria. Para el sujeto, el espacio para leer por excelencia es la plaza, ya que "estoy aquí en mi trabajo; lo leo para descansar, en un rato que tenga libre entre las 8:00 am y las 2:00 pm que estoy aquí".

Buscar el esparcimiento con la lectura de la prensa es una práctica común para un comerciante, de 57 años con educación secundaria (quien leía el periódico en la plaza de Tequisquiapan).

“Comencé a leer periódicos en familia. Mi papá leía el periódico a la hora de comer. Es muy relajante hacer eso. O leer en el tiempo libre. Por ejemplo, ahorita que me bolean los zapatos, pero no este periódico (*Pásala*), otro”.

El periódico impreso para informarse y construir la opinión

El diario en papel se ancla a la vida cotidiana a través de prácticas de lectura intelectuales. Un hombre originario de Tlaxcala (con 54 años, maestría, profesor de universidad, articulista y funcionario público) sostiene que el periódico impreso es un medio de comunicación indispensable para la conformación de la opinión pública.

“Tengo el hábito de leer el periódico todos los días. Leo *El Universal*, *Reforma*, *Milenio* y *El Sol de Tlaxcala*... es un hábito que aprendí de mi papá. Y para mi es algo muy necesario porque el periódico contiene información útil para conversar, para iniciar una clase, para construirse una opinión”.

No obstante, han sido nulos los sujetos que expresan este tipo de significaciones para caracterizar al periódico impreso. Más allá de contribuir al debate público, la prensa se ancla a la vida cotidiana a partir de prácticas más comunes.

Los usos domésticos: el periódico impreso anclado a las prácticas cotidianas comunes

Hasta aquí se ha descrito que el periódico impreso se vincula a la vida cotidiana a través de prácticas de esparcimiento, descanso y otras intelectuales como un modo para la formación de la opinión. No obstante, el trabajo de campo también orienta hacia el conocimiento y la comprensión de las prácticas cotidianas más comunes: los usos domésticos y comerciales.

La mujer quien labora como lavacoches consulta el periódico para informarse y después usa el papel como instrumento de limpieza.

“Es (la sección policiaca) la que más me llama la atención, ver accidentes, tragedias. Uno se entera de muchas cosas”. Posterior, a la lectura, “puedo compartir el periódico. Siempre hay quien lo quiera leer o lo guardo porque lo uso para limpiar los carros”.

También el bolero (56 años) diversifica los usos de la prensa. El hombre de 56 años suele consultar *Diario de Querétaro* y *Pásala*. “Leo desde la portada... hasta lo que alcance porque después me voy a mi casa y allá es más difícil leer. Compro el periódico todos los días, en mi casa lo leen mis hijos y después lo regalo a quien lo necesite; hay quien lo usa para limpiar, otros como leña”.

Por su parte, el lector originario de Tlaxcala expande las prácticas cotidianas que pueden realizarse con el periódico impreso:

“Vivo muy cerca de la hemeroteca, así que voy y leo todo lo que quiero, gratis. Aunque siempre es importante comprarlo. En casa empleamos el periódico para leer,

limpiar vidrios y para venderlo. En casa, se apila y cuando se juntan unos 200 kilos, lo vendemos en el mercado local. Lo compran para envolver la fruta o las flores”.

Las prácticas intelectuales, al igual que las más comunes son útiles para comprender las significaciones anclan al diario impreso a la vida cotidiana.

Es así que el periódico impreso cumple diferentes funciones en la vida cotidiana de los lectores. Después de su lectura, este medio de comunicación pierde valor informativo pero gana utilidad y sentido en la rutina diaria.

Los dispositivos móviles: la mensajería instantánea una prioridad

Por otra parte, es útil mencionar que, en el espacio de observación, se visualizan también dispositivos tecnológicos móviles. Por lo tanto, se han realizado entrevistas con el propósito de analizar si hay un vínculo del teléfono celular, las tabletas o las computadoras portátiles con el espacio público y el periódico.

Una mujer (de 24 años, nivel educativo es el bachillerato, es madre soltera) revisa su celular en el Jardín Guerrero.

Todos los días llega a la plaza, espera a su hija que está en el Kinder. Entonces, se da tiempo de “ver” el celular. Es un aparato de comunicación: “es muy importante que yo tenga WhatsApp porque puedo hablar con mi familia... también necesito el teléfono para los trabajos de la escuela. Aquí hay Internet gratis entonces aprovecho para buscar información para mi hija”.

La mensajería instantánea y la búsqueda de información son prácticas que se replican en diferentes plazas públicas. Frente a la iglesia (en Tequisquiapan), una ama de casa lee en su teléfono celular.

Tiene 30 años, estudió la secundaria. Hasta hace un año, el único contacto que tenía con el teléfono celular se caracterizaba por el envío de mensajes de texto (ahora, únicamente por WhatsApp), "el celular lo uso para buscar información e Internet, y es por las tareas de mis hijos, uno está en secundaria y otro en primaria. En la escuela les dejan tareas y yo les busco la información desde mi celular".

Entonces, en los espacios públicos, el teléfono móvil no representa una vía de acceso al periódico digital. En cambio, este dispositivo se aleja del medio de comunicación; en cambio, es un recurso para la mensajería instantánea y la búsqueda de información.

Las otras lecturas: información noticiosa en redes sociales virtuales

Las prácticas de lectura de información noticiosa son diversas. Un lector, de 26 años, con formación universitaria (Ingeniero en Telecomunicaciones), prefiere consultar contenidos periodísticos solo en redes sociales "no leo periódicos, ni en papel ni en Internet; no aprendí ni en mi casa y tampoco en la escuela".

No obstante, acepta que sus padres y sus maestros fomentaron en él el hábito de la lectura, a través de cuentos, "de niño leía cosas que corresponden a esa edad y ya como adolescente, leí novelas y lo hago hasta la fecha".

A pesar de que no se declara lector de prensa, "sí estoy al tanto de las noticias en Facebook, principalmente. Tengo la cuenta de la *BBC*, *CNN*, *El Financiero* y *El Universal*. En general, no le dedico mucho tiempo. En mis ratos libres, reviso Facebook y me entero pero solo leo los titulares, muy pocas ocasiones doy 'click' para ver la noticia. Creo que la ventaja de leer en redes sociales es que puedes enterarte de algo de manera breve, sin detalles. No es el objetivo de las redes sociales".

Los espacios que dedica a la lectura de información noticiosa son su casa y la plaza. Elige estos lugares porque es donde encuentra "calma. Cuando llego a mi casa es para descansar y cuando estoy en la plaza es porque salgo a comer y puedo quedarme un rato aquí para distraerme".

Por otra parte, el ingeniero comenzó su actividad en Facebook hace unos 8 años. No fue algo aprendido en mi casa o en la escuela porque me tocó... y me ha tocado vivir el surgimiento de plataformas y como lector de noticias, hace unos 5 años porque supe que había medios de comunicación que tenían sus cuentas de Facebook y para mi es más práctico informarme de esa manera".

Por supuesto, "no sería lector de periódicos impresos porque no aprendí a serlo. Pienso que eso se adquiere porque lo ves, en mi casa no se leían periódicos, se veía la televisión, los noticieros pero nunca vi que se comprar un periódico".

Significaciones, semejanzas y diferencias del periódico impreso y digital

El periódico impreso y el digital se insertan en la vida cotidiana, a través de prácticas cotidianas y propias de cada medio de comunicación. Uno u otro se asocia a un momento específico del día, a recuerdos o experiencias individuales.

Los momentos del día por excelencia para leer el periódico impreso o digital son los relacionados con el descanso, el esparcimiento o la espera. "Estaba aquí leyendo porque estoy esperando clientes pero siempre leo en mi casa. Me gusta leer cuando estoy comiendo. Es muy rico leer y comer.... yo no tengo un horario para leer, yo leo todo el día. Leo *La Jornada*, Esto, son los que más leo"(Vendedor de periódicos, 52 años, bachillerato).

"La mayoría de las veces leo en mi casa, en las tardes cuando estoy tranquilo. Hoy estoy leyendo aquí porque estoy esperando a que vengan a pagarme y traigo el periódico en mi mochila, siempre lo traigo para leer a ratos... Cuando compro *Noticias o am de Querétaro*, veo la portada y luego me voy a las secciones me gustan, sucesos... la nota roja y deportes. Si compro *Record*, ¡Pásala! Pues así leo todo. A veces, no el mismo día, sino en varios" (Albañil, 31 años, con educación secundaria).

En cuanto en la manera o ritual de leer, el diario en papel se asocia con el libro. El periódico debe leerse de principio a fin: "inicio por la portada y leo normal. Leo desde el comienzo, como un libro; hoja por hoja", explica un lector (jubilado) de *El Gráfico*.

Para el dueño del kiosco, "el periódico es como un libro, se lee de principio a fin. No vale adelantarse, de principio a fin. Así aprendí a leer, es algo que quise enseñarle también a mi familia, a mis hijos... Yo nunca he leído el periódico en Internet y no creo

hacerlo. El periódico se puede guardar. Tengo guardadas notas importantes, de fechas importantes. Y cuando no es así, puedo decir que el periódico sirve para muchas cosas".

La asociación del periódico en papel con el libro es una analogía frecuente en el discurso de los sujetos, lo cual hace que, para los lectores, pensar en el periódico digital es un medio de comunicación difícil de concebir, imaginar y leer.

El lavacoche suele comprar *Diario de Querétaro* o *¡Pásala!*: "Y no me deshago de ellos, no los tiro, los traigo todo el día porque ahorita es cuando más leo pero después también los hojeo, por eso para mí nunca sería lo mismo leer el periódico en Internet. Es más, en Internet yo no leo el periódico, busco información... a lo mejor está más completa que en el papel, pero para mí Internet solo sirve para comunicarme con mi familia o buscar información".

No obstante, el significado de los medios no es absoluto. "el periódico impreso y el digital no tienen diferencias importantes en el contenido. Son iguales, lo que encuentras en uno, está en el otro. (Para mí) la diferencia está en el material, es más sano leer en el impreso que estar todo el día en la pantalla" (Estudiante, 20 años, educación universitaria).

A la vez, la lectura que hace el estudiante de ambos es muy semejante: "si tengo el periódico en papel, leo desde la portada; veo lo que me puede interesar. Doy vuelta a la página y me tardo más leyendo lo que me gusta. Es lo mismo en Internet, entro a la página reviso los títulos, lo que me interesa lo leo. Si pienso en tiempo para leer es el mismo, lo que cambia es que a uno lo puedo tocar y a otro no".

De esta manera, el periódico impreso y digital son medios de comunicación con significaciones diversas para los lectores. "La diferencia entre leer el periódico en papel o en Internet a lo mejor no es mucha porque tienen la misma información... sobre balaceras, calibres... pero el periódico me sirve para leerlo y para otras cosas... Aquí no tengo casa, vivo en la calle. Todos los días, desayuno algo, gano para vivir, y luego me compro el periódico para leerlo, después me voy a trabajar, pero no lo puedo tirar porque con el respeto que se merece, es mi papel para el baño" (Lavacoches, 31 años y con educación secundaria).

Posterior a la lectura, el periódico impreso se extiende en usos y se inserta en la vida cotidiana a través de las prácticas más banales.

"Cuando leo el periódico, lo leo de hoja a hoja. Para mí es un vicio, leo todas las secciones. Y después regalo el periódico, hay gente que lo usa para envolver sus flores, para limpiar, para lo que sea. Yo lo regalo" (Jardinero, 65 años, sin educación).

"Siempre, cuando lo termino de leer, llevo el periódico a mi casa porque en mi casa, pueda que alguien lo lea, mis hijos, aunque estoy separado, o seguro lo usan en algo... es que el periódico siempre se ocupa para algo, para algo de la casa. El periódico siempre se necesita y yo no creo que un día desaparezca... yo no puedo poner una computadora o un celular en la jaula de los pájaros o de los pollos. Para mí Internet no es un periódico, es donde se puede buscar información pero ahí no se toca el periódico, yo prefiero tocarlo y traerlo en mi mochila" (albañil, 31 años, secundaria).

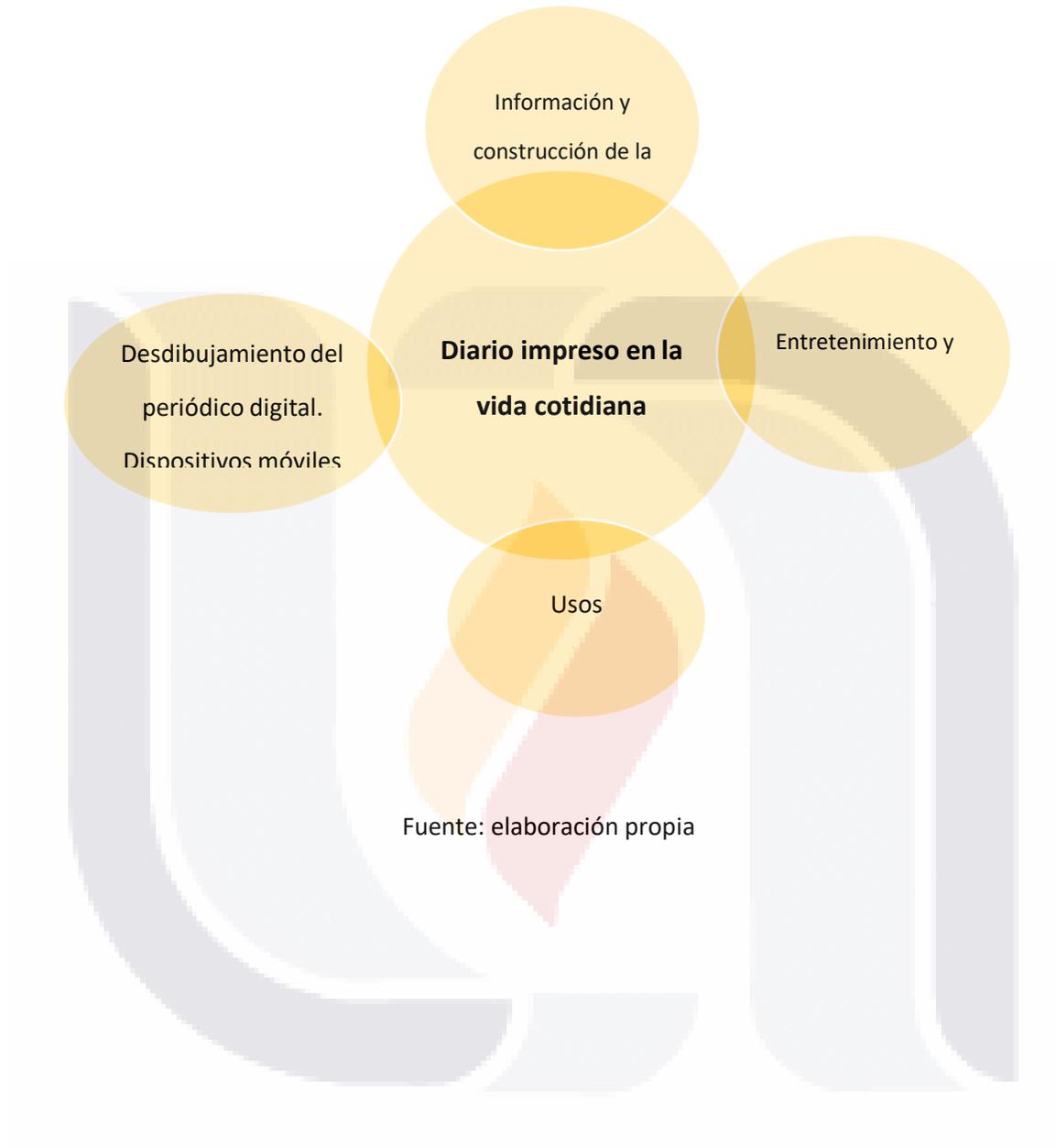
Conclusiones: el periódico impreso, prácticas y significaciones

Para Zalpa (2007), el concepto de vida cotidiana evoca a la vida de todos los días, a las acciones que no son extraordinarias y realizadas por los comunes. Por su parte, De Certeau (2000) no solo aborda el estudio de la vida cotidiana, sino que busca centrarse en las modalidades de acción.

El autor distingue las "maneras de hacer", de caminar, de leer, de producir, de hablar, etcétera, a partir de una negociación entre un poder dominante y el sujeto. En lo que corresponde a este estudio; se trata de identificar la relación entre el lector y los periódicos impresos para comprender cómo el periódico impreso se inserta a la vida cotidiana.

El trabajo de campo desarrollado hasta el momento, indica que, esas "maneras de leer" se traducen en prácticas cotidianas que logran la vigencia del periódico impreso frente a los medios de comunicación digitales.

Ilustración 16. El diario impreso en la vida cotidiana, hallazgos



Prácticas cotidianas y espacios privados de lectura: el periódico en el comercio, la casa y como fuente de recuerdos

Este apartado aborda la descripción de prácticas de lectura en espacios privados. El comercio y el hogar se exponen como sitios para la lectura de periódicos impresos. Al igual que en los espacios públicos, el medio se vincula con momentos de descanso; representa una fuente de información para la toma de decisiones pero también es un recurso para la convivencia; incluso, la prensa es un medio para atesorar recuerdos y para representar la vida cotidiana.

El periódico un objeto/producto cultural de proyección, identificación y significación

Juan (2008) sostiene que “los objetos” de la vida cotidiana son soportes de proyección y de identificación. Agrega que existe los sujetos se identifican socialmente con los objetos, se emiten significados, sobre todo distintivos, a través de ellos.

Entonces, la institución social de los objetos es la consecuencia de una sedimentación histórica donde se mezclan las memorias, colectiva y biográfica (Juan, 2008). Este planteamiento de los objetos como soportes de proyección e identificación, vinculado a la vida cotidiana es útil para comprender al periódico como objeto cultural y como producto cultural, y como tal permanece o se desvanece en ciertas sociedades; principalmente, en sus rutinas.

Para Juan (2008), el peso de las rutinas varía, sobre todo, en función de la clase social, del sexo y de la edad. La clase popular se distingue de las clases media y dominante por el carácter más doméstico de la vida (sobre todo en las ciudades). Esto

llevado al espacio de los medios de comunicación, puede entenderse no sólo desde las rutinas de producción de información o bien, a partir de las innovaciones tecnológicas sino de contextos más amplios que involucren la cotidianidad del sujeto.

Leer el periódico, un hábito para “ocupar” el tiempo libre

La lectura del diario impreso ocupa el tiempo libre de los sujetos. Para un comerciante de 74 años, dueño de una zapatería, adjunta a su casa, leer *El Diario de Querétaro* es una rutina obligada para ocupar los momentos de descanso:

“Soy lector del *Diario de Querétaro* y antes de *El Heraldito*... para mí es importante leer completo, termino de leerlo en unos tres días... leo el periódico de principio a fin; por eso sólo lo compro cada tercer día...Lo leo a lo largo del día, durante todo el día, mientras atiendo la zapatería, en mis ratos libres”.

Aunque la entrevista se realizó en el hogar, para José Manuel Mejía Rosales (servidor público, 51 años) el momento por excelencia para leer la prensa es durante la jornada de trabajo:

“En mi trabajo (Ministerio público), aprovechamos para comprar el periódico *Noticias* y lo compartimos. Para mí es importante porque recupero información de algún acontecimiento, para estar informado, para conversar con los compañeros... como agente, cuando uno inicia la rutina, lo primero que hace es comprar el periódico. Prácticamente la mayoría se entera por la prensa, es más fácil comprar un periódico y leerlo a lo largo del trabajo, que leer en Internet. Yo suelo leer el periódico en mis jornadas de descanso pero también y con mucha frecuencia, en mi jornada laboral porque la información es parte de mi trabajo”.

En la dinámica cotidiana de la lectura de periódicos no solo aparecen los relacionados a información general (*Diario de Querétaro*) o nota roja (*Noticias*) también los de contenidos religiosos (*El Observador*).

Raúl Villa Luna (obrero jubilado, 73 años) es lector del periódico católico: “Lo leo durante toda la semana... para (consultar) artículos que me gustan. Por ejemplo, la palabra de Dios porque soy cristiano-católico. Además, soy lector, de aquellos que leen la palabra de Dios en la Iglesia, durante la ceremonia”.

“Entonces, adquiero el periódico en la Parroquia... compro el periódico, el domingo y luego... lo llevo a la Parroquia, los llevo a la semana (para regalar) ... pero lo leo diario, leo el periódico y leo la Biblia. Los leo cuando tengo tiempo, en la tarde”.

Leer la prensa... ¿con qué propósito?

Los lectores reconocen que la prensa es una fuente de información, no obstante es útil para la toma de decisiones pero también para la convivencia con la familia, con los amigos, con la comunidad.

“Después de leer *El Observador*, selecciono algunos artículos que me interesen, algunos que analicen la palabra de Dios pero los ejemplares que ya no necesito, los comparto. En la Parroquia, hay una mesa donde cualquier persona puede dejar allí libros, periódicos o revistas que no necesita pero que otros pueden necesitar. A la semana de leer, llevo a esa mesa los periódicos que me sobran” (Raúl Villa Luna).

“Leo para estar informado de mi trabajo... para mí es más interesante los sucesos. En mi caso, mi principal fuente de información es el periódico... habitualmente compro *Noticias*... Como ya había dicho, en mi trabajo compartimos el periódico, hablamos de lo que se publica porque... de hecho hay una relación entre Cruz Roja,

Protección Civil, Tránsito... hay una relación muy estrecha con la prensa... es muy común que se vincule la información. Y muchas veces, frente a un accidente es muy difícil que la información no se filtre” (José Manuel Mejía Rosales). “Para mi es importante el periódico como fuente de información, no creo que tenga la verdad absoluta, es una forma de pensar del periodista. Muchas veces los periodistas también se equivocan pero sí le doy crédito. No fomenté el hábito de leer periódicos ni libros en mi familia, cada quién tiene sus intereses... pero cuando compro el periódico, se queda en un lugar de la casa (la sala, el comedor)... allí lo lee mi esposa, alguno de mis hijos.

Eso te permite el periódico, leerlo y platicar lo que uno lee con los otros, en una reunión social. Es importante saber qué pasa no sólo para tomar decisiones sino hasta para comentar con los amigos” (Comerciante).

El periódico después de la lectura: prácticas cotidianas y recuperación de recuerdos

Cuando el impreso pierde significación como medio de comunicación, su uso se integra a la vida cotidiana desde las prácticas más banales hasta aquellas que reivindican el papel como soporte para el recuerdo.

“Después de leer el periódico, lo desechamos para darle otros usos, lo regalamos... nunca a la basura... siempre se le da una utilidad, a veces lo regalamos a personas que recolectan cartón. O, a veces, viene una señora que hace muñequitos de papel maché, y le regalamos el periódico pero nunca se va la basura. Siempre tratamos de darle una utilidad” (Comerciante).

“Lo utilizo (el periódico) para envolver cosas o para lo que me sirva, para lavar mi carro, para limpiar. O también, recorto lo más interesante, tengo no un archivo (de) recuerdos... de lo que ha acontecido en la vida o (en) mi trabajo. Inclusive, he salido yo en el periódico, en fotografías...”

Ilustración 17. José Manuel Mejía Rosales, recupera fragmentos de la prensa.



“Esto es algo que no te permite Internet... o por lo menos no lo hago cuando leo periódicos en Internet... pero en el periódico escrito sí... tengo recuerdos, lo más valioso que yo me haya encontrado en el periódico”.

“El periódico me permite guardar los recuerdos... accidentes de tránsito, fallecimientos de mis compañeros, acontecimientos muy significantes para mi persona.

Y todo lo guardo en un sobre... Y todos esas notas que se han publicado donde mi trabajo es relevante, o donde hay una situación muy cercana a mí, la recorto, la agrego a mi archivo... no es un archivo que yo tenga a la vista sino que guardo, atesoro, y que está en mi habitación.... Son fotografías recortes”.

Ilustración 18. El lector atesora publicaciones relacionadas con su profesión



Ilustración 19. José Manuel recorta acontecimientos significativos: "Una compañera fue mal elemento y participó en actos delictivos".



Conclusiones

Aunque no es el propósito principal de la investigación, con el objetivo de contrastar los hallazgos sobre las prácticas culturales en espacios públicos, se realizaron entrevistas en espacios privados: todos hogares, uno de estos con un comercio. Sin embargo, se reconoce que el estudio de los mismos implicaría un trabajo más profundo o bien, una línea de investigación a futuro, que se derive de este trabajo.

A través del discurso de los sujetos, se describe qué prácticas cotidianas vinculan al periódico impreso con los espacios privados: en tiempos de descanso, a través de prácticas domésticas y como fuente para atesorar recuerdos. Recuperando a Juan (2008), el periódico como objeto de la vida cotidiana es un recurso de proyección, identificación y significación.

En otras palabras, la prensa (frente a los medios de comunicación digitales), a través de las prácticas de los lectores, articula la dimensión cultural, la cual se vincula con las dimensiones sociales y políticas.

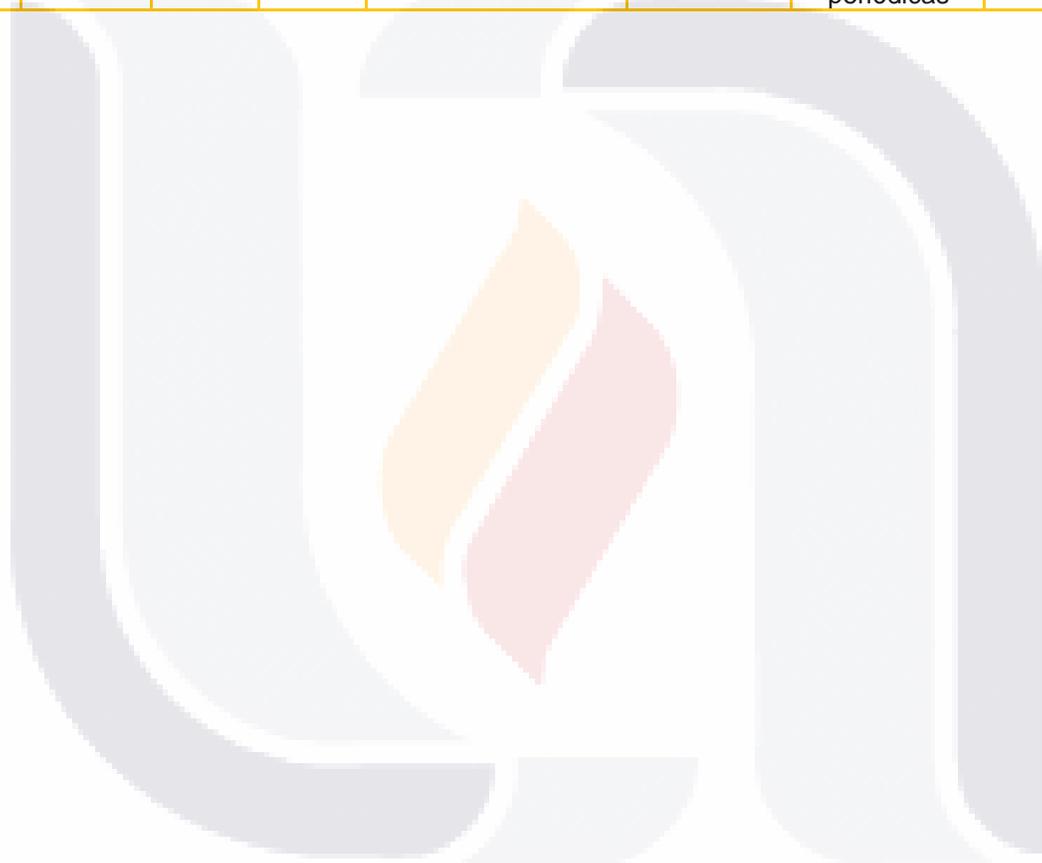
Algunas consideraciones sobre las entrevistas semiestructuradas

La tabla siguiente ofrece datos generales sobre los lectores entrevistados durante la observación participante, realizada en la plaza Miguel Hidalgo (en Tequisquiapan), el Jardín Guerrero, el Jardín Zenea y la Plaza de Armas (en Querétaro).

Tabla 8. Listado de entrevistas semiestructuradas, realizadas durante el trabajo de campo.

No. De entrevista	Género	Edad	Ocupación	Escolaridad	Tipo de lector	Lugar de entrevista
1	Hombre	20 años	Estudiante universitario / mesero	Preparatoria	Preferente de información	Jardín Guerrero
2	Hombre	31 años	Albañil	Secundaria	Publicaciones periódicas	Jardín Guerrero
3	Hombre	31 años	Lavacoches	Secundaria	Publicaciones periódicas	Jardín Guerrero
4	Hombre	75 años	Jubilado (a)	Sin estudios	Publicaciones periódicas	Jardín Zenea
5	Hombre	52 años	Vendedor de periódicos	Preparatoria	Publicaciones periódicas	Atrio del Templo de Santa Clara
6	Mujer	67 años	Jubilado (a)	Universidad	Publicaciones periódicas	Atrio del Templo de Santa Clara
7	Hombre	26 años	Ing. En Telecomunicaciones	Universidad	Preferente de información	Jardín Guerrero
8	Mujer	32 años	Lavacoches	Preparatoria	Publicaciones periódicas	Jardín Guerrero
9	Hombre	56 años	Bolero	Primaria	Publicaciones periódicas	Jardín Guerrero
10	Mujer	24 años	Ama de casa	Preparatoria	Preferente de información	Jardín Guerrero
11	Hombre	65 años	Jardinero	Sin estudios	Publicaciones periódicas	Plaza Miguel Hidalgo
12	Mujer	30 años	Ama de casa	Secundaria	Preferente de información	Plaza Miguel Hidalgo
13	Hombre	57 años	Comerciante	Secundaria	Publicaciones periódicas	Plaza Miguel Hidalgo
14	Hombre	54 años	Profesor	Maestría	Ambos (Publicaciones periódicas y Preferente de información)	Plaza Miguel Hidalgo
15	Mujer	47 años	Recamarera	Secundaria	Ambos (Publicaciones periódicas y Preferente de información)	Plaza Miguel Hidalgo
16	Hombre	16 años	Estudiante	Secundaria	Preferente de información	Plaza Miguel Hidalgo
17	Hombre	16 años	Estudiante	Secundaria	Preferente de información	Plaza Miguel Hidalgo

18	Mujer		16 años	Estudiante	Secundaria	Preferente de información	Plaza Miguel Hidalgo
19	Mujer		15 años	Estudiante	Secundaria	Preferente de información	Plaza Miguel Hidalgo
20	Hombre		74 años	Comerciante	Preparatoria	Publicaciones periódicas	Comercio/casa
21	Hombre		51 años	Servidor público	Preparatoria	Publicaciones periódicas	Casa
22	Hombre		73 años	Jubilado (a)	Primaria	Publicaciones periódicas	Casa
23	Mujer		73 años	Jubilado (a)	Primaria	Publicaciones periódicas	Plaza Miguel Hidalgo



Prácticas culturales, periódicos impresos y espacio público (Resultados de la observación participante)

Como se ha señalado anteriormente, la observación participante se desarrolló en cuatro plazas públicas: Jardín Guerrero, Jardín Zenea y Plaza de Armas en Querétaro (Qro.), así como en la plaza Miguel Hidalgo en Tequisquiapan (Qro), donde se realizaron entrevistas semiestructuradas a los lectores de estos espacios.

Cabe señalar que también se realizaron observaciones en lugares de lectura vinculados con el espacio público. Por ejemplo, cafeterías, kioscos de periódicos, así como bolerías. En otras palabras, comercios ubicados en y alrededor de las plazas, en los cuales es notoria la relación de los lectores con la prensa.

Algunos apuntes sobre la observación participante

El trabajo de observación participante se realizó por periodos. El primero comenzó el 15 de febrero y concluyó el 5 de junio de 2017. El segundo periodo, del 12 de octubre a noviembre de 2017. Con pausas intermitentes para el desarrollo de otros apartados de la investigación.

Los horarios para el trabajo de campo se organizaron en tres lapsos de tiempo: matutino (9:00 a 12:00 horas); vespertino (12:00 a 18:00 horas) y nocturno (18:00 a 20:00 horas). Particularmente, entre los periodos de observaciones se identificó el horario matutino como el tiempo con mayores prácticas vinculadas con el diario impreso.

En total, se han realizado 40 observaciones, las cuales se registraron en un diario de campo (Anexo 1).

Perfil cultural del lector: ¿quién lee la prensa en los espacios públicos?

Las plazas públicas como lugares de encuentro, donde las diferencias se diluyen o bien, se destacan permiten aproximarse a los lectores de prensa. Es así que la categoría “Perfil cultural del lector”, incluye la caracterización de quienes ocupan el espacio urbano.

Plaza de Armas: aproximación a las lecturas del poder.

Ilustración 20. En Plaza de Armas, leen servidores públicos, oficinistas, reporteros, empresarios.



La Plaza de Armas representa el centro de Santiago de Querétaro en términos históricos y simbólicos. Quienes leen la prensa en este espacio público son: políticos, funcionarios públicos, reporteros, empresarios, representantes de ONG'S, líderes sindicales y de la sociedad civil.

Tanto los restaurantes como cafeterías, durante la semana, son el lugar recurrente para ruedas de prensa de funcionarios públicos, empresarios y activistas. Es así que Plaza de Armas congrega a los grupos de poder en el estado. Por lo tanto, es común ver a reporteros y fotorreporteros; los delatan las grabadoras, las cámaras, los cuadernos de notas y sus conversaciones sobre las agendas informativas. Mientras, los funcionarios públicos y empresarios se distinguen por sus trajes sastre, su calzado, los vehículos de lujo en los que arriban.

Esta dinámica se comprende cuando se identifican los edificios que rodean el espacio público y su función: principalmente, dependencias de gobierno. Además, los restaurantes y cafeterías de la zona se emplean como sede de ruedas de prensa, durante la jornada matutina. A esto, el tránsito de servidores públicos por la plaza facilita el encuentro con los reporteros, locutores y dueños de los medios de comunicación.

Las mesas de las cafeterías no sólo sostienen alimentos también periódicos. Quien está en Plaza de Armas durante la mañana y hasta el medía es para buscar información. Los periodistas buscan notas y leen el periódico. Los

funcionarios públicos y los ciudadanos: leen los diarios. Incluso, los hombres (la mayoría, formales y vestidos de traje) que transitan llevan un periódico bajo el brazo.

Plaza de Armas es un sitio que congrega lectores de diversos gremios: políticos, económicos, activistas e informativos. Cada cual parece desarrollar la práctica de lectura de medios impresos, hacerse de la información necesaria y divulgar la misma entre sus allegados.

Alrededor de este espacio que reúne a las élites, se encuentran otras plazas públicas: La Corregidora, el Jardín Zenea, el Jardín Guerrero, la Plaza de los Fundadores. En cada una con sus características, cada cual con kioscos y lectores de diarios impresos.

El Jardín Zenea: hábitos de lectura que permanecen.

El espacio público por excelencia que reúne a la familia, marca un poco de distancia con los turistas y con el poder es el Jardín Zenea, de ahí que sea recurrente que lectores que ocupan el lugar sean mujeres y hombres jubilados, principalmente.

El Jardín Zenea es un lugar de paso entre la Plaza de Armas, el Teatro de la República, la Plaza Constitución y el Jardín Guerrero. Es el punto de reunión por excelencia de familias y grupos de personas de la tercera edad los fines de semana. En el lugar un hombre (60 a 70 años) lee Diario de Querétaro, mientras una mujer (20 a 30 años) lee el anuncio clasificado del mismo medio impreso. Ambos sujetos revisan con atención el ejemplar, con calma, el hombre avanza una página a la vez. Mientras, ella revisa puntualmente cada uno de los apartados y selecciona aquellos de su interés.

Los lectores con edades entre los 50 a los 70 años, con niveles educativos diversos (sin estudios, pasando por preparatoria y universidad), lo que tienen en común es su vínculo con la prensa. Leen periódicos desde la niñez, incluso, aprendieron a leer con el medio de comunicación. Y el interés por mantener el hábito de lectura, los hacen ocupar el espacio público. Es una rutina cotidiana.

Un hombre lee El Gráfico. Se encuentra sentado, aun lado de otras personas quienes conversan. Es un lector mayor a los 56 años, es jubilado y no tiene estudios. Esto dificultó su acceso a la lectura porque sus papás eran analfabetos. Se inició como lector a los 14 o 15 años cuando comenzó a trabajar como obrero. Primero, reconoció las letras y luego las relacionó una a otras hasta que aprendió a leer. “Mis papás no sabían leer, cómo iban a ayudarme, fue hasta que crecí y comencé a ser más independiente”.

Desde la adolescencia es lector de prensa, por muchas razones, entre tantas porque cuando comenzó a leer fue revisando periódicos. Ahora, a sus 75 años, acostumbra a leer en los parques o plazas públicas. “Es parte de mi día, vengo aquí al Zenea a leer porque mi brinda tranquilidad para estar y leer El Gráfico. Es el periódico que he leído siempre”.

El Jardín Guerrero: las lecturas de los sectores populares.

Entre los espacios públicos observados en Santiago de Querétaro, el Jardín Guerrero fue la plaza más plural en términos de grupos de edad, ocupación de los lectores y niveles de escolaridad.

El Jardín Guerrero (en Querétaro) ha sido el espacio público de los disidentes durante varias generaciones. Es una plaza para todas las clases sociales, especialmente para las menos favorecidas, a su alrededor hay comercios, oficinas, la sede de la Delegación Centro Histórico.

En dos esquinas, el espacio alberga un kiosco de periódicos respectivamente, una fuente y la figura de Vicente Guerrero son el centro de la plaza, a la que se suman boquerías, bancas para los visitantes y servicio gratuito de Internet.

De esta manera, el Jardín Guerrero es un espacio para la convergencia de prácticas de lectura: tan común son las lecturas efímeras frente a los kioscos como las relacionadas con teléfonos celulares.

La observación en uno de los kioscos. Es un estanquillo de lámina, ofrece publicaciones impresas como revistas, periódicos, libros, folletos, mapas de la ciudad, así como refrescos y golosinas.

Ilustración 21. . Kiosco en el Jardín Guerrero, espacio para lecturas efímeras.



En esta plaza, los lectores que ocupan el espacio se ubican en rangos de edad entre los 20 a los 60 años, con niveles educativos que van desde la primaria hasta la universidad.

Son casi las doce del día, un hombre (30 a 40 años) llega al estanquillo. Sin saludar y apenas cruzar palabra con la dueña del negocio, compra el diario Noticias de Querétaro. Y a la par, otro hombre (20 a 30 años) compra una revista de música. Hay algo en común en este encuentro, los lectores solo se concretaron en pagar un medio impreso y retirarse.

Sobre el perfil de los lectores puede apuntarse que sus ocupaciones son principalmente oficios: albañil, lavacoches, bolero, ama de casa; aunque, se reconoce que se identificaron algunos casos de estudiantes y profesionistas leyendo en el espacio público (en éstos últimos no se trató de lecturas de diarios impresos, en cambio, leyeron en dispositivos móviles).

...En el Jardín Guerrero las prácticas de lectura se extienden de periódicos a revistas y libros, pero también se dan otras aproximaciones a diferentes medios de comunicación, por ejemplo, la radio o Internet.

En la plaza algunas personas leen libros de literatura romántica, otros ocupan su tiempo revisando el teléfono celular, otros conversan. A la entrada de una casa, un señor (30 a 40 años) lee el periódico Noticias. El hombre espera, mientras su hija juega en la plaza. A un lado tiene la mochila de la niña y el resto del medio. Avanza una página a la vez, cada sección merece su tiempo, lo

mismo Deportes como México, donde se ubica la información de carácter nacional.

Hacia el lado contrario de la plaza, una boletería, atendida por una mujer, está repleta de ejemplares de diversos periódicos. Unos minutos más de observación y se conoce la causa: el calzado es envuelto en una hoja de periódico. Hasta en un espacio público destinado para la recreación, el diario impreso se inserta en la vida cotidiana con los usos más banales.

No obstante, el periódico, como medio de comunicación, se reivindica en las manos de un joven (25 a 30 años). El lector revisa con atención la sección de México del periódico Noticias.

La plaza Miguel Hidalgo: pobladores y sectores populares en el espacio público.

En Tequisquiapan, la plaza Miguel Hidalgo es el punto de referencia turístico. Sin embargo, no son principalmente los visitantes quienes se apropian del espacio público desde las prácticas de lectura.

Quienes se aproximan a la prensa son habitantes del municipio. Hombres y mujeres, cuyas edades van desde los 15 a los 70 años, con ocupaciones diversas (estudiantes, jubilados, jardineros, amas de casa y comerciantes, generalmente), con niveles educativos básicos (primaria y secundaria, en su mayoría).

...Una madre y su hijo esperan sentados. Ella lee con atención Mensajero de la Sierra, un semanario con circulación en el centro y norte del estado. Informa de acontecimientos políticos, sociales, deportivos y anuncia el comercio local. Es un medio gratuito que también circula en Internet.

Ella lee página la página con atención, dedica minutos a revisar el contenido. Y de vez en vez, reprende a su hijo, quien también busca leer el impreso pegado al hombro de su madre. En un momento, el periódico pasa de la mano de la madre a la del niño. Es él quien ahora da vueltas a las páginas, y juntos se detienen a leerlo...

...la plaza también alberga dos bolerías. Ubicadas en la misma zona, la distancia entre ambas es de apenas 15 metros. Sus dueños, dos hombres mayores de sesenta años, llegan todas las mañanas a ofrecer el servicio de lustrado. Hay algo en común en los dos estanquillos: cuentan con un periódico del género amarillista o sensacionalista.

En ese momento, al medio día, cada bolero se ocupa de dos actividades diferentes. Uno de ellos lee el periódico, avanza una página a la vez. Es una lectura minuciosa, pausada y tranquila. La gente pasa a su lado; nadie aún pide sus servicios.

Mientras, el otro bolero está rodeado por dos hombres más. Lustra varios pares de zapatos. A su lado, dos amigos (50 a 60 años). Conversan y leen el periódico a la vez. En sus manos tienen el semanario Magazine. Un medio de comunicación gratuito, circula en el centro del estado y cuenta con versión digital, con información de noticias locales sobre política, principalmente.

En otras palabras, cada plaza como espacio público puede caracterizarse y definirse considerando el perfil sociocultural de quienes están en el lugar: mujeres,

hombres; adultos, jóvenes; incluso, la ocupación. Tales características de los usuarios hablan de quiénes se apropian del espacio.

...Una mujer (60 años) sale de la Oficina de Turismo con un periódico en la mano. De nueva cuenta es Magazine, el semanario se ofrece gratuitamente en este espacio. Incluso, de vez en cuando, ingresan personas sólo para tomar el impreso y continuar su camino.

La señora camina hasta entregarle el semanario a su esposo. La pareja intercambia algunas palabras. Ella camina hacia un lado de la plaza, y él se une al grupo de amigos en la boquería. Es así que el lugar es sede del encuentro de rutinas, de oficios y roles. El grupo de hombres en la boquería lee el semanario, conversan, rasquean la guitarra. Y el tiempo pasa. Tras transcurrida casi una hora, uno de los amigos termina la lectura. Llega a la última página.

Vida cotidiana en las plazas públicas: diferencias, similitudes, inclusión y exclusión desde los espacios

La dinámica diaria de las plazas públicas es útil para comprender quiénes leen en el espacio. Es decir, los cuatro sitios observados se definen por las prácticas que albergan.

Plaza de Armas: el espacio público para las élites

En este trabajo, se ha caracterizado la Plaza de Armas como un espacio público que congrega a las élites (de poder político, económico y social). Por consecuencia, las prácticas cotidianas, vinculadas con la prensa se definen a partir de este supuesto.

Desde muy temprano, alrededor de las 7 de la mañana, el kiosco que provee de periódicos a la Plaza de Armas se abre a los lectores. Entonces, funcionarios públicos y oficinistas se acercan para adquirir un ejemplar impreso, ya sea nacional o local, principalmente, de información general.

No obstante, también los voceadores llegan a las oficinas gubernamentales para llevar los ejemplares de rigor, así como cada restaurante y cafetería adquiere los ejemplares para consulta de los clientes.

Desde las nueve hasta las once del día, hay ruedas de prensa, hay entrevistas a funcionarios; la información se genera y circula entre los reporteros. Al medio día, la dinámica se modifica; entonces, los periodistas se han ido para generar sus respectivas notas informativas, para conducir los noticieros vespertinos, el tránsito de funcionarios es menos frecuente; en cambio, adultos mayores ocupan el espacio público y con el transcurso del día, harán lo mismo, los turistas.

Tras las observaciones realizadas, puede señalarse que -durante la mañana- se generan las prácticas cotidianas vinculadas con la prensa. Mientras, el día avanza son otros grupos sociales quienes se apropian del espacio público.

La Plaza de Armas es parte del corazón de la ciudad; recibe a los círculos de poder, a los turistas y entre estos, a los lectores de prensa. Un hombre de entre 60 a 70 años lee el periódico Noticias, lee la sección de sociales, mientras

a un lado pasan funcionarios públicos y reporteros. Cada cual en su rutina pero compartiendo el mismo espacio.

Otro sujeto (60 a 70 años) lee el periódico Noticias, mientras uno de los boleros atiende a sus clientes escuchando la radio, es una radionovela. En otras palabras, tanto las personas como los medios de comunicación comparten tiempo y lugar; convergen formar de leer y de interacción con los medios de comunicación.

Junto a las bolerías, otro lector (60 a 70 años) se ocupa de revisar La Jornada, la lectura es extensa, minuciosa, lenta, una página a la vez. Así las prácticas lectoras en esta plaza pública se arroja por turistas, personas que esperan, por los comensales de las cafeterías.

No obstante, la lectura de prensa no sólo es para los adultos mayores también para los jóvenes, un hombre (20 a 30 años) lee la sección de sucesos del periódico Noticias. Mientras uno de los boleros de Plaza de Armas lustra su calzado, el joven se entera de las noticias locales, de aquellas de nota roja donde se exponen accidentes, robos, detenciones.

En Plaza de Armas, el periódico impreso se lee durante los momentos de espera: en las bolerías, en las cafeterías, en las bancas, acompañando el café o el desayuno, esperando la rueda de prensa.

El Jardín Zenea: familias y adultos mayores en el espacio público

Ilustración 22. Las bolerías son puntos de lectura en el Jardín Zenea.



La jornada en el Jardín Zenea comienza con el tránsito de trabajadores de bancos, tiendas departamentales y restaurantes de la zona. Es hasta las nueve de la mañana cuando las personas que transitan comienzan a ocupar el espacio: sentarse, conversar, leer el periódico, revisar el celular, lustrarse los zapatos, entre otras actividades.

Recapitulando, esta plaza pública se caracteriza por el tránsito de turistas que admiran el templo de San Francisco, los edificios alrededor, así como el kiosco y la fuente del lugar. Es un espacio para bailar danzón y para realizar eventos que reafirman las tradiciones queretanas. Por ejemplo, desde la última semana de noviembre y hasta las primeras de enero, es el lugar donde se expone el Nacimiento.

El Jardín Guerrero: el espacio público para la diversidad

Como se ha indicado, el Jardín Guerrero es la plaza pública que recibe a los jóvenes, a los practicantes de oficios, a los adultos mayores, a los niños, a los practicantes religiosos. Las actividades que se desarrollan en el lugar son diversas: conciertos gratuitos, exposiciones, eventos culturales y de arte contemporáneo.

La Delegación Centro Histórico es uno de los edificios principales alrededor de la plaza. Por lo tanto, la dinámica diaria inicia con el tránsito de servidores públicos. Igualmente, los dos kioscos que proveen de periódicos la zona abren desde las primeras horas del día.

Enseguida, el tránsito de estudiantes que acuden a las diversas escuelas de nivel básico de la zona: preescolar, primaria, secundaria. También es el momento para que los pequeños comercios inicien la jornada: cafeterías y restaurantes de comida típica. Los lectores que ocupan el espacio se hacen visibles después de las diez de la mañana: jóvenes y adultos leyendo periódicos impresos o bien, revisando sus dispositivos móviles.

Quienes se dan cita con frecuencia en el lugar son practicantes religiosos que “promueven la palabra de Dios”, algunos músicos y artistas que practican al aire libre. Con el transcurso del día, la plaza deja de ocuparse por adultos y familias. En cambio,

el espacio se llena principalmente de jóvenes. Por lo anterior, durante toda la jornada, la dinámica se transforma.

El Jardín Guerrero es el espacio de la pluralidad. Aquí se reúnen familias completas, adultos mayores, niños, grupos de amigos o bien, personas que simplemente buscan descansar un instante para volver a la rutina laboral. Es un lugar donde la tolerancia, la rebeldía y la apertura se conjugan.

“Promovemos la palabra de Dios, ¿quiere que le hablemos del amor de Dios?”, pregona una mujer de banca en banca, de persona en persona. Algunos la rechazan, otros aceptan y escuchan un sermón extenso.

A una boquería, llega un hombre (50 a 60 años), pide que limpien sus zapatos. Enseguida, le ofrecen el periódico Excelsior. La lectura transcurre mientras el calzado se lustra. Metros adelante, otro lector (50 a 60 años) consulta ¡Pásala!, al parecer ha terminado porque enrolla el periódico y lo guarda en la mochila.

Los diarios impresos son consultados en todas sus secciones: información local, nota roja o sucesos, deportes, espectáculos, sociales, cultura y el anuncio clasificado. Un hombre (30 a 40 años) revisaba las páginas de anuncios en Diario de Querétaro, es el medio de comunicación por excelencia que publica este tipo de información que abarca datos sobre empleos, compra y venta de artículos y servicios.

Mientras, uno de los kioscos de periódicos es el lugar para las lecturas de tránsito. Un hombre (20 a 30 años) lee las primeras planas de la prensa y se marcha. Es una imagen recurrente. Como también es habitual la gente que revisa su teléfono celular, en este espacio el Internet es gratuito y la plaza esta acondicionada para conectar los dispositivos electrónicos.

El reloj marca casi la una de la tarde, al lugar llegan niños de preescolar o de escuelas primarias del centro de la ciudad. Llegan con sus padres, mochila en brazo y ocupan el espacio para jugar.

La rutina en el Jardín Guerrero se define por la interacción de sus ocupantes. Es parte del día a día, pasar un rato en este lugar después de la escuela. No obstante, el kiosco de periódicos atrae a personas solitarias o grupos de amigos.

La Plaza Miguel Hidalgo: espacio de encuentro entre habitantes y turistas

Este espacio público, en Tequisquiapan, se caracteriza por las prácticas cotidianas de personas oriundas del municipio y por las relacionadas con los visitantes.

Es miércoles, al medio día. El clima es templado. Por la plaza transitan personas de un lado a otro pero con calma, sin prisa, sin ruidos molestos. La imagen es típica de la vida cotidiana de Tequisquiapan, durante el transcurso de la semana. El espacio limpio, gente en las cafeterías, en las bancas, personas formadas para ingresar al banco. El trenecito que circula por toda la plaza espera pasajeros, que suben de vez en vez. No es un día habitual para los turistas. Aun así, el lugar se ofrece como un espacio que congrega y recibe a todo aquel que busca calma. La Parroquia de la Virgen de la Asunción es el fondo de un espacio que invita a la tranquilidad, a la vida pausada y contraria a las grandes ciudades.

Aunque la llegada de turistas se genera todos los días, es durante el fin de semana cuando la plaza se llena de visitantes, quienes tienen a su disposición las cafeterías, los restaurantes, los bares y los hoteles de la zona; además, es recurrente la

exposición de productos gastronómicos gourmet, así como eventos artísticos y culturales pensados para el entretenimiento de los visitantes.

La plaza pública es el sitio turístico por excelencia de Tequisquiapan. Hasta este punto, todos los fines de semana, llegan turistas después de pasear por los alrededores pero es jueves y la rutina es diferente.

Y como toda postal, en el lugar se congregan las mismas personas de siempre.

En las cafeterías, los mismos grupos de amigos, los solitarios; las bancas recibiendo a quienes hacen una pausa para después seguir. Esta vez, hay algunos turistas, el acento los delata. Aparentemente, no hay personas leyendo la prensa. Un breve recorrido por toda la plaza y nada. Sin embargo, los periódicos vuelven a estar en el sitio de siempre: en las boleterías.

Un hombre, 60 a 70 años, conversaba con el bolero. Luego, toma asiento para que lustren sus zapatos. El dueño, amablemente, le ofrece el periódico. Y los dos comienzan sus actividades: uno a limpiar el calzado, otro a leer el periódico. Fue una lectura que acompañó el lustrado: alrededor de diez minutos.

En cambio, de lunes a viernes, la plaza pública recibe a los oriundos, quienes acuden al espacio para conversar, para distraerse, leer, para asistir a misa. No obstante, el domingo al mediodía, turistas y habitantes convergen. Entonces, las prácticas de ambos confluyen en el mismo lugar. Es común que no solo los pobladores del centro de la ciudad ocupen el espacio sino habitantes de todo el municipio.

Es domingo al mediodía, la plaza pública es dinámica. Hay gente por todos lados: turistas y personas originarias convergen en este espacio. Algunos conversan, otros caminan, otros juegan. Es el último día de la semana, hay más boquerías en el lugar, pequeños comercios exponen sus artesanías y un grupo de músicos ameniza el momento.

Ilustración 23. La plaza pública es el lugar para las prácticas de lectura extensas.



En esta postal, hay dos personas leyendo. Un hombre (40 a 50 años) espera y sentado lee el periódico Acontecer (medio impreso, de circulación estatal y de corte sensacionalista). Es una lectura prolongada, página a página.

Frente a este lector, una pareja adulta espera. Ella cubierta con su rebose, él leyendo El Universal. Mientras él lee, ella ve a la gente pasar. De vez en cuando, conversan. No obstante, aunque están juntos cada quien se concentra en una actividad diferente.

Ilustración 24. Una pareja de adultos mayores se acompaña. Ella mira a la gente pasar, él lee el periódico.



En una boquería, un hombre pide que lustren sus botas. Mientras esto sucede, el hombre (30 a 40 años) lee ¡Pásala! Dirige su mirada a las páginas. Y a penas, hay un intercambio de palabras entre el lector y el bolero.

A unos metros hay una postal en la que convergen dos tipos de lectura: la de medios impresos y la de digitales. Mientras un bolero espera clientes, lee el periódico ¡Pásala! y a lado suyo, algunos adolescentes dirigen su mirada al teléfono celular. En otras palabras, la plaza pública congrega diferentes lectores y prácticas.

El domingo es un día plural en términos de las prácticas de lectura. La plaza alberga lectores de prensa sensacionalista, de información local y religiosa. Esta última, debido a que es el día en que el diario *El Informador* circula entre los feligreses católicos.

Ilustración 25. Los domingos, convergen en el espacio habitantes y turistas, incluso diversas prácticas de lectura



Prácticas de lectura: ¿qué periódicos se leen en los espacios públicos?

Después del trabajo de campo, ¿es posible definir, identificar y vincular tipologías de prensa con los espacios públicos?, ¿qué periódicos se leen en el espacio público?, ¿dónde se leen los periódicos de información general y dónde los de corte amarillista y sensacionalista?, ¿quiénes leen diarios de información general y quiénes los sensacionalistas?, ¿qué tipo de lecturas y periódicos ocupan el espacio público principalmente?

Esta investigación trata de comprender cuáles son las prácticas culturales que mantienen vigente al periódico impreso en la convergencia mediática. Por lo tanto, cuando se observó el espacio público, se lograron identificar no sólo discursos que permiten comprender tal permanencia sino también prácticas.

Periódicos de información general y las prácticas de lectura del poder.

El espacio público donde se identificó, principalmente, la lectura de periódicos de información general y de carácter nacional fue Plaza de Armas. En este lugar se leen habitualmente: *El Universal*, *La Jornada*, *El Financiero*, *Reforma*; de circulación estatal, *Noticias* y *Diario de Querétaro*; de circulación local, *Voz de la Sierra*.

Entre los lectores (de Plaza de Armas) hay ejemplares de circulación regional, estatal o nacional. Hay espacio para todos los medios. En los portales, un reportero (20 a 30 años) lee Diario de Querétaro, su atención se dirige a la sección de Local. A su lado, otro periodista (30 a 40 años) también revisa los

periódicos locales. En ocasiones, interrumpen su lectura con conversaciones breves.

Detrás, un hombre (60 a 70 años) lee diversos periódicos. Tiene el Diario de Querétaro y el am de Querétaro. La lectura es pausada, atenta, página a página. A unos metros, otro lector (40 a 50 años) revisa la publicación Voz de la Sierra. Todos llevan a cabo una práctica de lectura extensa y detallada.

Incluso, otros lectores, ciudadanos comunes, se relajan en las bancas de Plaza de Armas para leer el periódico. Un hombre (50 a 60 años) lee Diario de Querétaro. Mientras, otro (40 a 50 años) lee el mismo medio sentado a unos metros.

...La cafetería Marrón se ubica en los portales de la Plaza de Armas, en sus mesas recibe a turistas, reporteros, jefes de información, locutores, algunos funcionarios públicos, entre otros comensales que visitan el lugar.

De lunes a viernes, la rutina informativa permite que, desde allí, periodistas de distintos medios de comunicación generen contenidos, recuperen notas y reporteen a sus respectivas empresas noticiosas.

El lugar cuenta con tres espacios, el primero con vista a la plaza, el segundo al interior de la cafetería y el tercero en el patio de la casona. Los reporteros se ubican, principalmente, en el área más visible, donde pueden entrevistas a funcionarios públicos, desde donde observan las ruedas de prensa y conversan con colegas que transitan por el lugar.

Al tiempo que desayunan, dos mujeres extranjeras (50 a 60 años; 20 a 30 años) leen el Washington Post. Una frente a la otra, conversan en inglés. Están de

vacaciones en la ciudad y aprovechan para consultar un medio de comunicación de su país.

Aunque el tema principal de la conversación no parece ser el contenido del medio sino su viaje, la agenda para ese día. En un momento, una interrumpe a la otra para cuestionarle si conoce el precio del dólar.

Hay reporteros también en la cafetería. Platican sobre acontecimientos noticiosos, las declaraciones de los funcionarios públicos y la posible agenda de información para los días venideros. Tienen en su mesa un medio de comunicación nuevo, Acontecer; periódico impreso del municipio de Pedro Escobedo.

En el transcurso de esta dinámica, dos amigos (60 a 70 años) se encuentran. Uno lleva el periódico Excelsior. No obstante, ambos parecen clientes asiduos de la cafetería; enseguida, les acercan otros periódicos Magazine y El Economista. Conversan, mientras toman café y revisan los impresos.

Fue casi nula la observación de diarios sensacionalista o amarillistas. Incluso, los comercios que ofrecen la consulta de periódicos, como los restaurantes, las cafeterías y las boleterías, tienen tales medios de comunicación.

Un día más la Plaza de Armas de Querétaro recibe a reporteros de diversos medios de comunicación. Desde aquí se envían notas y se genera información. Mientras transitan periodistas de un lado a otro en busca de “la nota”, algunos lectores se apuestan por todo el lugar.

Una pareja de hombres, el primero de 50 a 60 años, el otro de 60 a 70 años leen Diario de Querétaro. Conversan de vez en cuando y continúan con la lectura: detallada, minuciosa, una página a la vez.

Al mismo tiempo, un lector (50 a 60 años), revisa el periódico Noticias. Repite el protocolo de otros lectores: una página a la vez, desde la portada, sección a sección hasta el final.

No obstante, el periódico impreso da espacio a otras prácticas recreativas. Un hombre (50 a 60 años) ocupa su tiempo resolviendo el crucigrama del diario Noticias. Además, se llevan a cabo lecturas diversas: dos mujeres (40 a 50 años) leen folletos religiosos, se enteran de algunos eventos y comentan sobre los mismos.

Ilustración 26. En los portales, reporteros y ciudadanos leen la prensa local



La Plaza de Armas también reúne personas en sus cafeterías. En una de estas, un hombre (40 a 50 años) lee una publicación de cine. Es una lectura detenida mientras toma el café. El mesero parece conocerlo porque el acercan los periódicos El Financiero y El Queretano, un nuevo medio impreso en la entidad.

Cada uno de los sujetos interrumpe su lectura en varias ocasiones, cuando se trata de conversar o saludar a algún conocido. No obstante, esto no es impedimento para revisar las secciones: deportes, clima, internacional, sociales.

Ha pasado más de una hora, cada sujeto puede extender su lectura por más de dos horas. Ni los turistas, ni los reporteros, ni los funcionarios públicos son obstáculo para consultar el periódico local. Pasan parte de la mañana y del medio día leyendo.

A esta dinámica se suman grupos de amigos, llegan saludan, conversan y revisan la prensa. Dicha rutina es semejante para grupos de lectores (50 a 70 años o más), así como para grupos de reporteros, funcionarios públicos o empresarios. En otras palabras, en la Plaza de Armas, la información se socializa, y el periódico impreso es útil para esto.

Periódicos sensacionalistas: los diarios cercanos a las clases populares.

Aunque los periódicos de información general se hacen notar en el resto de plazas públicas observadas, los diarios más leídos son los de corte sensacionalista o bien, deportivos.

La Fuente de Neptuno da la bienvenida a una pequeña plaza pública que conecta a El Jardín Guerrero y el Convento de Santa Clara. Es un espacio privado entre lo público, quizá por su tamaño es que parece estar oculto. Esta

condición no es pretexto para que un violinista interprete algunas piezas musicales a cambio de monedas, mientras las personas conversan, transitan o leen.

Dos hombres. El primero (25 a 30 años) lee ¡Pásala! Mientras otro lector (30 a 40 años) revisa Récord. Ambos llevan a cabo una lectura detenida de los medios impresos, pasan con atención, una página a la vez, sin prisa, sin ganas de irse de la plaza.

La lectura extensa es común para cualquier medio de comunicación impreso; es decir, no importa si se trata de un periódico cuyos contenidos son generales, deportivos o amarillistas. El lector brinda atención y respeto a cada una de las líneas, dedica tiempo, esfuerzo.

En el Jardín Guerrero (Santiago de Querétaro) y en la plaza Miguel Hidalgo (Tequisquiapan), los periódicos de lectura por excelencia son *¡Pásala!* y *Record*; es decir, diarios sobre información sensacionalista y deportiva. En el caso del primer espacio público, las prácticas de lectura se realizan en las bancas y en las boquerías; mientras, en el segundo, los diarios se leen en las boquerías.

En el Jardín Guerrero es el espacio de la pluralidad. Aquí se reúnen familias completas, adultos mayores, niños, grupos de amigos o bien, personas que simplemente buscan descansar un instante para volver a la rutina laboral. Es un lugar donde la tolerancia, la rebeldía y la apertura se conjugan.

“Promovemos la palabra de Dios, ¿quiere que le hablemos del amor de Dios?”, pregona una mujer de banca en banca, de persona en persona. Algunos la rechazan, otros aceptan y escuchan un sermón extenso.

A una boquería, llega un hombre (50 a 60 años), pide que limpien sus zapatos. Enseguida, le ofrecen el periódico Excelsior. La lectura transcurre mientras el calzado se lustra. Metros adelante, otro lector (50 a 60 años) consulta ¡Pásala!, al parecer ha terminado porque enrolla el periódico y lo guarda en la mochila.

Ilustración 27. Las prácticas de lectura extensa son comunes a la prensa de información general, deportiva o sensacionalista.



Periódicos de circulación estatal, regionales, religiosos y gratuitos.

En cambio, donde se visualizaron periódicos de circulación estatal como *Diario de Querétaro* y *Noticias* fue el Jardín Guerrero. Los medios de comunicación que circulan en la Sierra Gorda y el semidesierto (en Querétaro), así como los diarios gratuitos se

leyeron únicamente en la Plaza de Armas y en la plaza Miguel Hidalgo. Por último, el diario religioso se leyó en Tequisquiapan.

La música del saxofón ameniza la dinámica en la plaza, el sonido es el dominante. No obstante, en un segundo nivel, se percibe el altavoz de la misa. Se celebra la misa dominical del medio día. En el espacio público, la mayoría de las personas tiene un celular en la mano, las personas que esperan revisan su Facebook y el WhastApp. Son las aplicaciones por excelencia en el espacio público. El bolero lee

¡Pásala! ¿por qué se lee ¡Pásala!?

En los espacios públicos también identifiqué lecturas imprevistas. Un joven, vestido con la playera de los Gallos Blancos (el equipo de fútbol local) lee el periódico de Morena. “No tiene un propósito especial, me regalaron el periódico y lo estoy leyendo”.

Un hombre de 45 años, pintor con educación primaria, lee El Observador. A su lado, otro hombre de 48 años lee Magazine (el periódico gratuito que se ofrece en la oficina de turismo).

En el espacio público se encuentra diversos periódicos: nota roja-amarillistas-sensacionalistas, religiosos y deportivos.

Sentada aun lado de los portales, una mujer de 73 años lee Magazine. Estudió la secundaria y desde niña fue comerciante en La Merced (mercado de la ciudad de México). Lleva dos años viviendo en Tequisquiapan y disfruta de leer el periódico los fines de semana en la plaza. Es una práctica habitual desde su infancia.

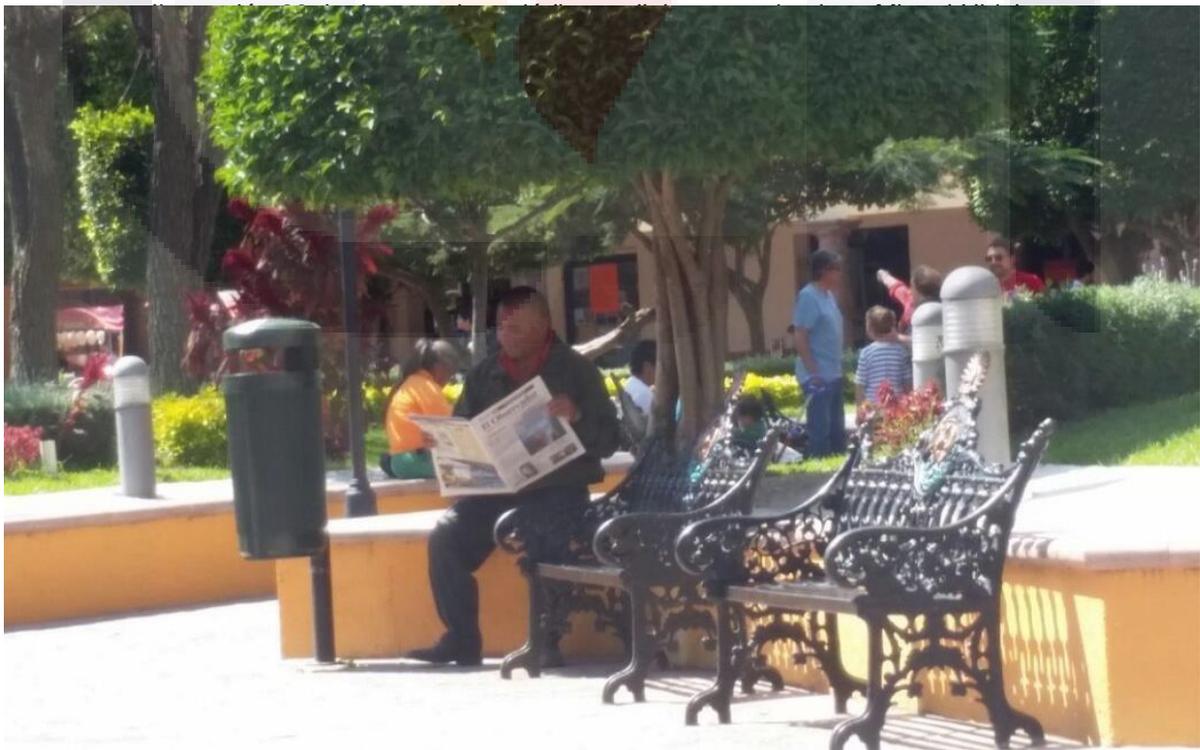
“Cuando entré a la escuela, leer el periódico era una tarea de comprensión.

Ahora yo no veo eso en los niños”, explica la lectora quien se inició leyendo La Prensa, Novedades y Excelsior.

“Antes leía La Prensa porque hablaba del día a día de la Ciudad de México, ahora ya no porque es muy violento ese periódico...antes no era tan malo. Era menos agresivo”.

Ella no compra el periódico: “voy por el periódico que regalan en la oficina de Turismo, este el Magazine, lo leo cada ocho días que vengo al centro, o también si voy a San Miguel de Allende o a Querétaro... siempre busco periódicos gratuitos pero también leo otros periódicos y otras revistas”.

“Compro Hola y Vanidades. Vengo a leer aquí porque es un lugar tranquilo. No leo en Internet porque no me interesa, prefiero leer el papel porque acumulo el periódico y después, lo uso para limpiar o lo junto y lo vendo”.



Espacios públicos y prácticas culturales: ¿las plazas públicas incluyen y excluyen lectores?

La observación participante permite identificar una relación entre tipologías de periódicos (sensacionalistas/amarillistas; deportivos; de información general; de circulación gratuita; de divulgación estatal y regional) y los espacios públicos.

Lo anterior reconoce que las plazas públicas son ocupadas por grupos sociales, profesionales y etarios diferentes, y por consecuencia, también se caracterizan por prácticas, formas específicas de uso del espacio, lo cual incluye a tipos de lectores y de periódicos.

Sin embargo, esta condición abre preguntas sobre si el espacio público incluye o excluye lectores y sus prácticas.

Conclusiones. Alcances y limitaciones de la observación participante para comprender la vigencia del periódico impreso en la convergencia mediática

Para esta investigación, la observación participante permitió describir e identificar las prácticas en los espacios públicos, vinculadas con la prensa. En otras palabras, cómo se mantiene vigente el diario impreso en la convergencia mediática.

Además, fue notorio que -en los sitios de observación- la prensa convive con los dispositivos tecnológicos móviles, debido al acceso gratuito a Internet, incluso, a empleo de energía eléctrica en el espacio público.

La observación participante también fue útil para seguir el objeto de estudio, el diario impreso, por diversos sitios en la ciudad. Sin embargo, deja preguntas abiertas sobre los procesos de recepción de la prensa. Por ejemplo: ¿por qué se leen periódicos

sensacionalistas? Incluso, es el tipo de diarios más consultado en los espacios públicos, ¿cuáles son las características de la prensa amarillista que la hace la más leída en el país?



Conclusiones: prácticas culturales, periódicos impresos y espacio público

Como se ha mencionado en capítulos anteriores, esta investigación parte de reconocer a la prensa como una institución compleja, integrada por dimensiones económicas, políticas y culturales. Particularmente, el objetivo principal es comprender ¿cuáles son las prácticas culturales que insertan al periódico impreso en la vida cotidiana? De esta manera, dirigir esfuerzos en la comprensión de la dimensión cultural de la prensa.

Desde el espacio público, se planteó la aproximación al objeto de estudio. Por lo que el análisis de dichas prácticas permitió comprender la relación del periódico impreso con experiencias de vida cotidiana, las cuales incluyen desde el ámbito educativo hasta el laboral, los lazos sociales, las prácticas domésticas; en otras palabras, la manera en cómo los diarios forman parte de la vida cotidiana de los lectores.

Por lo anterior, este apartado tiene el interés de analizar los hallazgos a partir de los conceptos que integran el marco teórico de esta investigación: vida cotidiana (Zalpa, 2007; De Certeau, 2002), prácticas culturales (Bourdieu, 2000,2002; De Certeau, 2002), prácticas de lectura (Bourdieu y Chartier, 2010), espacio y prácticas culturales (De Certeau, 2002; Jansson y Falkheimer, 2006; Ramírez Kuri, 2009).

Los periódicos en la vida cotidiana y las prácticas culturales

El concepto de vida cotidiana reconoce a las acciones sociales, a los objetos y a los sujetos ordinarios como objetos de estudio, contempla la relación problemática entre estructuras y prácticas, lo macro y lo micro, que representa la posibilidad de teorizar

actores o agentes que producen acciones, cuyo origen no depende sólo de la sociedad (Zalpa, 2007).

Para esta investigación, la vida cotidiana ha representado el punto de partida y el contexto para comprender la relación lector periódico; la observación participante permitió recoger datos sobre la cotidianidad de los lectores en el espacio público y en menor medida, como ejercicio complementario en el espacio privado.

Es parte de la rutina de los sujetos leer la prensa. El periódico se arraiga en el espacio público donde las prácticas de lectura son diversas, de acuerdo con el tipo de diario y su lector. Además, se afianzan a la vida cotidiana a través de las prácticas del espacio privado (añorar recuerdos, albergar historias, como utensilio para las labores domésticas). También

El concepto *práctica* cotidiana plantea la relación del sujeto con el contexto. De Certeau (2000) las distingue como "maneras de hacer", de caminar, de leer, de producir, de hablar, etcétera, a partir de una negociación entre un poder dominante y el sujeto, o bien entre la estructura y el agente.

Estas maneras de hacer se traducen en prácticas las cuales representan un microcosmos para comprender las similitudes, las diferencias, las condiciones de inclusión y exclusión que significa la prensa y el espacio.

Para Bourdieu (1998), se precisa una relación entre las diferentes clases sociales con sus periódicos y mediante la cual se capta una dimensión de su relación objetiva y subjetiva con el mundo social. Esta última se visualiza en las prácticas culturales.

Cuando puede identificarse una relación entre el perfil del lector, el medio de comunicación y el espacio público; se caracterizan prácticas culturales y se reconoce su articulación con la vida cotidiana.

Para Bourdieu (2000), hay relación dialéctica entre lo subjetivo y lo objetivo. Las disposiciones de los agentes, sus habitus, es decir las estructuras mentales a través de las cuales aprehenden el mundo social, son el producto de la interiorización de las estructuras del mundo social (Bourdieu, 2000).

Para el autor, el lector es entendido como agente social, las prácticas cotidianas a través de las cuáles el lector se aproxima a un periódico impreso se integran por un habitus, el cual se define, se distingue y hace referencia a estructuras (Bourdieu, 1998, 2000).

Los diarios impresos y el espacio público

Por lo anterior y derivado del trabajo de campo, es posible afirmar que la escolaridad no es una condición que excluya a los lectores de diarios impresos. Por el contrario, a partir del acceso a la educación podría definirse el tipo de periódico que se lee y el lugar donde se lee. Fue habitual encontrar lectores de diarios sensacionalistas o deportivos, sin estudios o bien con niveles educativos básicos en el Jardín Guerrero o en la Plaza Miguel Hidalgo, principalmente.

En cambio, los lectores con niveles educativos superiores o bien, cercanos a los círculos de poder, se encontraron en Plaza de Armas, donde es recurrente la lectura de periódicos de información general, regional o internacional.

De esta manera, el espacio social es el lugar donde se articula la vida cotidiana (De Certeau, 2002).

Los sujetos asignan sentidos a la ciudad, desde la experiencia de la misma y desde las prácticas que realiza a partir del espacio que habita en su cotidianidad (Hiernaux y Lindón, 2006; Hiernaux, 2012).

La Plaza de Armas, el Jardín Guerrero, el Jardín Zenea y la Plaza Miguel Hidalgo también se construyen a partir de las prácticas que sus lectores: funcionarios públicos, empresarios, activistas, periodistas, jóvenes, adultos mayores, oriundos de la localidad, entre otros.

La ciudad representa el mundo urbano común vivido y producido por grupos, clases, ciudadanías y personas diferentes y desconocidas entre sí; enfatiza fenómenos de desigualdad y alterando el significado de los lugares (Ramírez Kuri, 2009).

Cuando se identifica la relación prensa, lector y espacio público se visualizan, legitiman y reproducen condiciones de desigualdad. Cada urbanita asigna sentidos a la ciudad desde su experiencia, así, se construyen imaginarios a partir de sus propias experiencias, se generan variedades de sentido (Hiernaux, 2012).

Para Ramírez Kuri (2009), los actores urbanos participan en la distribución de bienes públicos, el uso y apropiación del espacio urbano para vivir, para trabajar, para trasladarse, para relacionarse, para socializar, para relacionarse con los medios de comunicación.

La pregunta principal de investigación plantea *¿cuáles son las prácticas culturales que permiten la vigencia del periódico impreso en la vida cotidiana?*

La vida cotidiana es un contexto y punto de partida para comprender la permanencia de los diarios en la convergencia mediática. A partir de la misma, se identifica la relación de los lectores con los medios impresos y, en suma, se definen prácticas culturales, así como condiciones de inclusión y exclusión a partir del espacio público.

Referencias bibliográficas

ABC. (2012, 25 de abril). Reporte índigo, de la web al papel. ABC. Recuperado el 13 de noviembre de 2015 desde <http://www.abc.es/20120425/mediosredes/abcireporteindigomexico201204250008.html>

Adame, M. (2015). *Hacia una socioantropología de la vida cotidiana y su crítica*.

Revista Casa del Tiempo. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Aguado, J. y Castellet, A. (2010). Contenidos informativos en la plataforma móvil: horizontes y desafíos. En Cabrera, M. (Coord). *Evolución tecnológica y cibermedios*. España: Comunicación Social.

Albornoz, L. (2007). *Los grandes diarios en la red*. Argentina: La Crujía.

Albornoz, L. (2011). *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Argentina: Paidós. Estudios de comunicación.

Angrosino, M. (2014). *Etnografía y observación participante en Investigación Cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.

Barranquero Varretero, G. y Rosique Cedillo, G. (2015). Periodismo lento (Slow Journalism) en la era de la inmediatez. Experiencias en Iberoamérica. *El profesional de la Información*. 24, 4, pp. 451-462.

Bisbal, M. (1999). *Pensar la cultura de los medios. Claves sobre las realidades mass mediáticas*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Bourdieu, P. (1998). *La distinción*. España: Taurus. Bourdieu, P. (2000). *Cosas dichas*. España: Gedisa.

Bourdieu, P. (2002). *Campo de poder, campo intelectual*. Argentina: Montessor

Bourdieu, P. y Chartier, R. (2010). La lectura: una práctica cultural. En *El sentido social*

del gusto. Elementos para una sociología de la cultura. Siglo XXI Editores: Argentina. (pp. 253-272).

Briggs, A. y Burke, P. (2002). *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación.* España: Taurus.

Brooks, D. (2012, 19 de octubre). Newsweek anuncia el fin de su edición impresa tras 80 años de circulación. *La Jornada*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015 desde <http://www.jornada.unam.mx/2012/10/19/mundo/029n1mun>

Castellanos Díaz, J. (2011). De lo impreso a lo digital. La migración de los periódicos impresos en América Latina a los entornos digitales. *Razón y Palabra*, 16, 77.

CONACULTA. (2015). Encuesta Nacional de Lectura y Escritura 2015. Recuperado el 15 de noviembre de 2015 desde <https://observatorio.librosmexico.mx/encuesta.html>

Chartier, R. (1992). *El mundo como representación. Historia cultural: entre práctica y representación.* Barcelona: Gedisa.

Chartier, R. (1993). Representaciones y prácticas culturales en la Europa Moderna. *Conversación con Roger Chartier. Manuscrits*, no. 11, págs. 29-40

Chartier, R. (1996). *El mundo como representación.* España: Gedisa. Chartier, R. (2000). *Las revoluciones de la cultura escrita. Diálogos e intervenciones.* Barcelona: Gedisa.

Charier, R. y Cavallo, G. (1997). *Historia de la lectura en el mundo occidental.* España: Taurus.

Chartier, R. (2005). *Escritura de la historia, historia de lo escrito.* México: Universidad Iberoamericana.

Costa-Sánchez, C., Rodríguez-Vázquez, A. y López-García, X. (2015). Del periodismo transmedia al replicante. Cobertura informativa del contagio de ébola en España por elpais.com. *El profesional de la Información*. 24, 3, pp. 282-290.

Curran, J. (1998). El nuevo revisionismo en los estudios de comunicación: una reevaluación. En Curran, J. Morley, D. y Walkerdine, V. (Coord.). *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. España: Paidós Comunicación.

De Certau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano. Artes de hacer*. Vol 1. México: Universidad Iberoamericana.

De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano. 1 Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana, ITESO.

De León Vázquez, S. (2012). *Comunicación pública y transición política. Los rasgos de lo global en el periodismo local. Un estudio situado*. Aguascalientes: Universidad Autónoma de Aguascalientes.

De Vicente Domínguez, A. (2013). Nuevas oportunidades de negocio para la empresa audiovisual: tecnología Big Data. *Audiencias activas y periodismo. Actas del V Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0*. Bilbao, España: Universidad del País Vasco.

Domínguez Martín, E. (2015). Periodismo inmersivo o cómo la realidad virtual y el videojuego influyen en la interfaz e interactividad del relato de actualidad. *El Profesional de la Información*. 24, 4, pp. 413-423.

El Comercio. Tecnología. (2010, 9 de septiembre). New York Times confirmó que dejará de imprimirse en el futuro. *El Comercio*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015 de

<http://elcomercio.pe/tecnologia/actualidad/new-york-times-confirmo-que-dejara-imprimirse-futuro-noticia-636465>

El Mundo. (2009, 26 de enero). Sarkozy anuncia 200 millones al año en ayudas a la prensa. *El Mundo*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015 desde <http://www.elmundo.es/elmundo/2009/01/23/comunicacion/1232714621.html>

El País (2014, 7 de marzo). Vuelve a publicarse en papel la revista Newsweek. *El país*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015 desde http://economia.elpais.com/economia/2014/03/07/agencias/1394222519_329180.html

Etcétera. (2013, 27 de septiembre). El periódico más antiguo del mundo pone fin a su edición impresa. *Etcétera*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015 desde http://www.etcetera.com.mx/articulo/el_periodico_mas_antiguo_del_mundo_pone_fin_a_su_edicion_impresa/21785/

Ek, R. (2006). Media Studies, Geographical Imaginations and Relational Space. En *Towards a geography of communication*. En Falkheimer, A. y Jansson, J. (Eds.). *Geographies of communication. The spatial turn in media studies*. Göteborg: Nordicom, Göteborg University. Pp. 43-64.

Fernández Christlieb, F. (2005). *Los medios de difusión masiva en México*. México: Ediciones Casa Juan Pablos.

Fernández-Planells. A. (2015). El análisis del uso de los medios por las generaciones más jóvenes. El movimiento 15M y el Umbrella Movement. *El profesional de la información*. 24, 4, 371-379.

Ferrucci, P. Russell, F., Choi, H. Duffy, M. y Thorson, E. (2015). Times are a changin: How a merger affects the construction of news processes. *Journalism Studies*. Pp. 1-18.

Fortunati, L. (2005). Mediatization of the net and internetization of the mass media.

Gazette: The International Journal For Communication Studies, 67 (1), 27-44. Fortunati, L. Taipale, S. y Farinosi, M (2015). Print and online newspapers as material artefacts. *Journalism*, 16, 6, 830-846.

Fraga, I. (2012, 3 de octubre). Diario brasileño anuncia el fin de su edición impresa. *Journalism in the Americas*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015 desde <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-11612-diario-brasileno-anuncia-el-fin-de-su-edicion-impresa>

García Canclini, N. (2015). Leer en papel y en pantallas: el giro antropológico. En García Canclini, N. et Al. *Hacia una antropología de los lectores*. España: Universidad Autónoma Metropolitana, Fundación Telefónica, Ariel.

Gómez, R. (2012, 24 de febrero). Cierra el diario 'Público'. *El País*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015 desde

http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/02/24/actualidad/1330082452_214403.html

González, M. y Hernández Monroy, R. (2005). El estigma de los no lectores: prácticas lectoras en la universidad *En Revista Fuentes Humanísticas*. 31.

Good, K. (2015). Listening to pictures: Converging media histories and the multimedia newspaper. *Journalism Studies*.

Hallin, D. y Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Editorial Hacer.

Heller, A. (1998). *Sociología de la vida cotidiana*. Barcelona: Ediciones Península.

Hernández Monroy, R. y González Díaz, M. (2006). Los jóvenes y la lectura en el ámbito universitario. *En Revista Fuentes Humanísticas*. 32

Hiernaux, D. (2011). Tensiones socavadas y conflictos abiertos en los centros históricos: imaginarios en conflicto sobre la plaza Santo Domingo, ciudad de México. En

Ramírez Kuri, P. (Comp.). *Las disputas por la ciudad, diferencias y conflictos en el espacio social y el espacio público*, México: UNAM y Miguel Porrúa

Hiernaux, D. (2012). Los imaginarios urbanos: una aproximación desde la geografía urbana y los estilos de vida. En Lindón, A. y Hiernaux, D. (Dir.). *Geografías de lo imaginario*. México: Anthropos. Universidad Autónoma Metropolitana. Pp. 88-105.

Hiernaux, D. y Lindón, A. (2006). Geografía urbana: una mirada desde América Latina. En Hiernaux, D. y Lindón, A. (Dir.) *Tratado de geografía humana*. Barcelona: Anthropos y UAM, Pp. 95-128.

Instituto Nacional Electoral- INE (2015). Padrón Nacional de Medios Impresos, PNMI. Recuperado el 2 de diciembre de 2015 desde http://www.ine.mx/archivos2/DS/recopilacion/JGEor201501-22ac_01P04-01x01.pdf

Jang, M y Pasek, J. (2015). Assessing the Carrying Capacity of Twitter and Online News. *Mass Communication & Society*. 18,5.

Jansson A. y Falkheimer, J. (2006). Towards a geography of communication. En Falkheimer, J. y Jansson, A. (Eds.). *Geographies of communication. The spatial turn in media studies* Göteborg: Nordicom, Göteborg University. Pp. 9-25.

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture*. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. España: Paidós

Juan, S. (2008). Un enfoque socioantropológico sobre la vida cotidiana: automatismos, rutinas y elecciones. *Espacio Abierto* 17 (3), 431-454.

Kilman, L. (2015, 1 de junio). Tendencias de la Prensa Mundial: Los ingresos obtenidos por los periódicos cambian a nuevas fuentes. *World Association of Newspapers and News Publishers*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015 desde <http://www.wan->

[ifra.org/es/press-releases/2015/06/01/tendencias-de-la-prensa-](http://ifra.org/es/press-releases/2015/06/01/tendencias-de-la-prensa-mundial-los-ingresos-obtenidos-por-los-periodicos-) mundial-los-ingresos-obtenidos-por-los-periodicos-

Krishnamurthy, C. y Awari, H. (2015). Newspaper Reading Habits among Post-Graduate Students of Karnatak University, Dharward. *Journal of Library & Information Technology*, 35, 1, 25-29.

La Jornada, (2015, 6 de marzo). Contrario a la tendencia, circulación de medios impresos ha crecido en AL. *La Jornada*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015 desde <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2015/03/06/contrarioalatendenciacirculaciondemediosimpresoshacrecidoenal3374.html>

La República (2014, 26 de noviembre). Sociedad de Empresas Periodísticas del Perú revela la afición de los peruanos por los diarios. *La República*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015 desde <http://larepublica.pe/26-11-2014/sociedad-de-empresas-periodisticas-del-peru-revela-la-aficion-de-los-peruanos-por-los-diarios>

Lindón, A. (2010). La geografía urbana mexicana: entre la tradición y la refundación. En Hiernaux, D. (Dir.). *Construyendo la geografía humana: el estado de la cuestión desde México*. Barcelona: Anthropos y UNMI. Pp. 55-89.

Marcus, G. (2001). Etnografía en/del Sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal. *Alteridades*. 11,22. Pp. 111-127.

Márquez, I. (2013). Usos y posibilidades del crowdfundig para la práctica del periodismo. En Meso, K. y Larrondo, A. (Coord). *Audiencias activas y periodismo. Actas del V Congreso Internacional de Cyberperiodismo y Web 2.0*. Bilbao, España: Universidad del País Vasco.

Martín-Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones*. Colombia: Convenio Andrés Bello.

Martín Barbero, J. (2010). Notas para hacer memoria de la investigación cultural en Latinoamérica. En Richard, N. (Ed.). *En torno a los estudios culturales. Localidades, trayectorias y disputas*. Chile: CLACSO.

Martínez Molina, M. (2010). La crisis de los grandes periódicos. *Infoamérica*. 2, 139-148.

Mattelart, A. (2011). *Estudiar comportamientos, consumos, hábitos y prácticas culturales*. En *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Argentina: Paidós. Estudios de comunicación.

McLuhan, M. (1996). Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano. Barcelona: Paidós.

Meneses, M. E. (2011). *Periodismo Convergente. Tecnología, Medios y Periodistas en el Siglo XXI* México: Porrúa

Ministerio de Educación. Gobierno de España (2011). Leer periódicos en casa. Guía para las familias. España: Secretaría General Técnica.

Moss, J. (2012, 9 de julio). The Anniston Star to eliminate Monday print edition. *Poynter*.

Recuperado el 13 de noviembre de 2015 desde

<http://www.poynter.org/2012/anniston-star-to-reduce-print-eliminate-monday-edition/180414/>

Nafría, I. (2015, 20 de abril). The New York Times alcanza los 957.000 suscriptores digitales. *La Vanguardia*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015 desde

<http://www.lavanguardia.com/vangdata/20150430/54430326118/thenewyorktimesa>

[icanzalos957000suscriptoresdigitales.html](http://www.lavanguardia.com/vangdata/20150430/54430326118/thenewyorktimesa/icanzalos957000suscriptoresdigitales.html)

Nivón Bolán, E. (2015). Diversos modos de leer. Familia, escuela, vida en la calle y recursos digitales. En García Canclini, N. et Al. *Hacia una antropología de los lectores*. España: Universidad Autónoma Metropolitana, Fundación Telefónica, Ariel.

Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura-OEI. (2014). Encuesta Latinoamericana de Hábitos y Prácticas Culturales (OEI) 2013. Madrid: OEI.

Orozco Gómez, G. (1990). La comunicación desde las prácticas sociales. Reflexiones en torno a su investigación. *Cuadernos de comunicación y prácticas sociales*. México: Universidad Iberoamericana.

Ortiz Ávalos, Eva (2011). Imaginarios urbanos y espacio público: estudio sobre la construcción social y simbólica del centro histórico de Santiago de Querétaro. En Ramírez Kuri, P. (Comp.). *Las disputas por la ciudad, diferencias y conflictos en el espacio social y el espacio público*, México: UNAM y Miguel Porrúa

Padilla, R. (2009). *Perfiles socioculturales de ciudadanía. Identidades urbanas y geográficas mediáticas. Estudio en cinco escenarios en la ciudad de Aguascalientes*. Tesis de Doctorado en Estudios Científicos Sociales. ITESO. Jalisco.

Padrón Nacional de Medios Impresos (2016).

Pardo Rodríguez, L. E. y Gutiérrez, R. (2011). Perspectivas historiográficas de las prácticas de lectura. *Revista Interamericana de Bibliotecología*. Colombia: Universidad de Antioquia. 34,2, pp. 221-231.

Parratt Fernández, S. (2010). Consumo de medios de comunicación y actitudes hacia la prensa por parte de los universitarios. *Zer*,15, 28,133-149 .

Pope, J. (2012, 26 de mayo). Times-Picayune to cut back to publishing three days a week. *The Washington Post*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015 desde

https://www.washingtonpost.com/politics/times-picayune-to-cut-back-to-publishing-three-days-a-week/2012/05/26/gJQAyItisU_story.html

Punín, I., Martínez, A. y Rencoret, N. (2014). Digital Media in Ecuador – Future Perspectives. *Comunicar*. 21, 42, Pp. 199-207.

Sánchez Ruiz, E. (1992). *Medios de difusión y sociedad*. Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.

Sánchez Ruiz, E. (2005). *Medios de comunicación y democracia*. Colombia: Norma.

Sánchez Ruiz, E. y Gómez, R. (2009). La Economía política de la comunicación y la cultura. Un abordaje indispensable para el estudio de las industrias y las políticas culturales y de comunicación. En Vega, A. (Coord.). *La comunicación en México una agenda de investigación*. (pp. 53-68). México: UNAM.

Sheller, M. (2014). News Now. *Journalism Studies*. 16, 1, 12-26.

Sierra, F. (2011). Consumo cultural y poder mediático. En *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Argentina: Paidós. Estudios de comunicación.

Suárez Villegas, J. y Cruz Álvarez, J. (2015). Cambios en los patrones de consumo entre los estudiantes de periodismo: de prosumidores mediáticos a profesionales de la información. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21, 1, 615-628.

Sunkel, G. (Coord.). (2006). *El consumo cultural en América Latina*. Colombia: Andrés Bello.

Thuseethan, S. y Vasanthapriyan, V. (2015). Social Media as a New Trend in Sri Lankan Digital Journalism: A Surveillance. *Asian Social Science*, 11, 10, 86-93.

Val Cubero, A. (2011). Pasando página: breve historia de la prensa escrita en la India. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. 17, 1, Pp. 215-224.

Van Der Wurff, R., Lauf, E., Balcytiene, A. et Al. (2008). Online and print newspapers in Europe in 2003. Evolving towards complementary. *Communications*, 33, 4, pp. 403-430.

Vasilachis, I. (1992). *Métodos cualitativos I. Los problemas teórico- epistemológicos*. Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.

Vasilachis, I. (2009). *Estrategias de investigación cualitativa*. España: Gedisa. Vela

Peón, F. (2004). Un acto metodológico básico en la investigación social: la entrevista cualitativa. En Tarrés, M. (Coord.). *Observar, escuchar y comprender*. México: FLACSO, Colegio de México. Pp. 65-96.

Vigotsky, L. (1977). *Pensamiento y Lenguaje. Comentarios críticos de Jean Piaget*. Buenos Aires: La Pleyade.

Villegas, M. y González, F. (2011). La in La investigación cualitativa de la vida cotidiana. Medio para la construcción de conocimiento sobre lo social a partir de lo individual. *Psicoperspectivas*, 10 (2), 35-59.

Waisbord, S. (1997). What's the (online) news? Digital dailies in Latin America. *The electronic journal of communication*. 7(2). Recuperado el 6 de mayo de 2013 de <http://www.cios.org/EJCPUBLIC/007/2/00726.HTML>

Wenger, E. (2001). *Comunidades de práctica: aprendizaje, significado e identidad*. Buenos Aires: Paidós.

Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*, Ediciones Akal, Madrid.

Zallo, R. (2011). Retos actuales de la economía crítica de la comunicación y la cultura. En *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Argentina: Paidós. Estudios de comunicación.

Zalpa, G. (2007). El campo de la vida cotidiana. En Patiño, M. E. y Zalpa, G. (coords). *La vida cotidiana. Prácticas, lugares y momentos.* (pp.15-56). México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.

Zalpa, G. (2011). *Cultura y acción social. Teorías de la cultura.* México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.



Anexos

Tequisquiapan, Qro. 15 de febrero de 2017

El comienzo, comprender la vida cotidiana

Comenzar el trabajo de campo de un proyecto de investigación significa un reto. Es un desafío intelectual apostar por métodos y herramientas relevantes a los intereses del estudio, pero se vuelve una provocación superior el simple hecho de abandonar el escritorio para tejer las construcciones teóricas con la vida cotidiana.

Ese es el primer desafío de este trabajo de campo; salir, dar el primer paso. La pregunta rectora de esta investigación se expresa ¿cuáles son las prácticas de lectura que integran al diario impreso y al diario digital en la vida cotidiana? Para responder a la misma se ha propuesto emplear la etnografía multisituada. Es cuando los temores se presentan ¿será este método un camino posible?, ¿el planteamiento de problema ofrece una comprensión de la realidad o es una construcción teórica y nada más?

La plaza pública: prácticas de lectura extensa y pausada

El primer día de observación implicó superar el temor a enfrentar estos desafíos teóricos y epistemológicos. La construcción de la investigación ha apuntado a que la casa, los parques o plazas públicas, los lugares de trabajo, el transporte público, la sala o fila de espera, los cafés o restaurantes son los espacios por excelencia para leer el periódico impreso y digital (ENL, 2015).

Por lo tanto, el trabajo de campo inicia con la observación de una plaza pública. Su nombre es Miguel Hidalgo en Tequisquiapan (Querétaro); se trata de un espacio

público, correspondiente a un municipio rural, turístico, cuya dinámica se distingue por la tranquilidad desde los lunes y hasta los jueves, y la algarabía en el fin de semana, debido a la llegada de turistas afectos al queso y el vino.

Es miércoles, al medio día. El clima es templado. Por la plaza transitan personas de un lado a otro pero con calma, sin prisa, sin ruidos molestos. La imagen es típica de la vida cotidiana de Tequisquiapan, durante el transcurso de la semana. El espacio limpio, gente en las cafeterías, en las bancas, personas formadas para ingresar al banco. El trencito que circula por toda la plaza espera pasajeros, que suben de vez en vez. No es un día habitual para los turistas. Aun así, el lugar se ofrece como un espacio que congrega y recibe a todo aquel que busca calma. La Parroquia de la Virgen de la Asunción es el fondo de un espacio que invita a la tranquilidad, a la vida pausada y contraria a las grandes ciudades.



En este escenario, una madre y su hijo esperan sentados. Ella lee con atención *Mensajero de la Sierra*, un semanario con circulación en el centro y norte del estado.

Informa de acontecimientos políticos, sociales, deportivos y anuncia el comercio local. Es un medio gratuito que también circula en Internet.

Ella lee página a página con atención, dedica minutos a revisar el contenido. Y de vez, en vez, reprende a su hijo, quien también busca leer el impreso pegado al hombro de su madre. En un momento, el periódico pasa de la mano de la madre a la del niño. Es él quien ahora da vueltas a las páginas, y juntos se detienen a leerlo. Al parecer fue la manera en cómo la madre tranquilizó al niño.

Puede adivinarse que él es un pequeño estudiante de primaria, tiene puesto el uniforme deportivo, los tenis empolvados y la ropa suelta indican que el niño ha jugado durante la jornada. Mientras ella, una mujer vestida con sudadera, pantalón de mezclilla y tenis; es una madre joven (25 a 30 años, quizás) que no ha prestado mayor atención a su vestuario.

Por otra parte, la plaza también alberga dos boquerías. Ubicadas en la misma zona, la distancia entre ambas es de apenas 15 metros. Sus dueños, dos hombres mayores de sesenta años, llegan todas las mañanas a ofrecer el servicio de lustrado. Hay algo en común en los dos estanquillos: cuentan con un periódico del género amarillista o sensacionalista.

En ese momento, al medio día, cada boquero se ocupa de dos actividades diferentes. Uno de ellos lee el periódico, avanza una página a la vez. Es una lectura minuciosa, pausada y tranquila. La gente pasa a su lado; nadie aún pide sus servicios.

Mientras, el otro bolero está rodeado por dos hombres más. Lustra varios pares de zapatos. A su lado, dos amigos, sus edades podría ubicarse entre los 50 a 60 años. Conversan y leen el periódico a la vez. En sus manos tienen el semanario *Magazine*. Un medio de comunicación gratuito, circula en el centro del estado y cuenta con versión digital, con información de noticias locales sobre política, principalmente.



La madre junto a su hijo, el grupo de amigos en la bolería y el bolero representan tres lectores de prensa en esta plaza pública. No obstante, todos tienen en común que están realizando una práctica de lectura extensa y pausada. Alrededor pasan muchas cosas a la vez: hay personas concentradas en su teléfono celular, hay amigos reunidos, algunas parejas de enamorados se encuentran.

En la dinámica matutina, algunas prácticas de lectura se interrumpen. La madre y su hijo dejan la plaza, llevándose el periódico en la mano. El bolero que leía se ocupa de limpiar un par de zapatos que llevan hasta su estanquillo. Mientras, el otro bolero comienza a tocar la guitarra pero sus amigos no dejan la lectura.

No obstante, una mujer sale de la oficina de turismo con un periódico en la mano. De nueva cuenta es *Magazine*, el semanario se ofrece gratuitamente en este espacio. Incluso, de vez en cuando, ingresan personas sólo para tomar el impreso y continuar su camino.

La señora camina hasta entregarle el semanario a su esposo. La pareja de unos sesenta años, intercambian algunas palabras. Ella camina hacia un lado de la Plaza, y él se une al grupo de amigos en la boquería. Es así que la plaza es sede del encuentro de rutinas, de oficios y roles. El grupo de hombres en la boquería lee el semanario, conversan, rasguean la guitarra. Y el tiempo pasa. Tras transcurrida casi una hora, uno de los amigos termina la lectura, llega a la última página.



Parece una práctica cotidiana el encuentro de amigos en este espacio público. La mayoría de ellos, cuyas edades podrían ser superiores a los sesenta años, se reúnen para conversar, leer la prensa y practicar acordes.

En otro punto de la plaza, más grupos de amigos están reunidos para conversar. Y a la distancia, un hombre tiene *El Sol de San Juan del Río*; el periódico de circulación regional es abordado página a página.

Tequisquiapan, Qro. 16 de febrero de 2017

La plaza pública es el sitio turístico por excelencia de Tequisquiapan. Hasta este punto, todos los fines de semana, llegan turistas después de pasear por los alrededores pero es jueves y la rutina es diferente. Y como toda postal, en el lugar se congregan las mismas personas de siempre.

En las cafeterías, los mismos grupos de amigos, los solitarios; las bancas recibiendo a quienes hacen una pausa para después seguir. Esta vez, hay algunos turistas, el acento los delata. Aparentemente, no hay personas leyendo la prensa. Un breve recorrido por toda la plaza y nada. Sin embargo, los periódicos vuelven a estar en el sitio de siempre: en las boquerías.

Un hombre, cuya edad podría estar entre los 60 a 70 años, conversaba con el boquero. Luego, toma asiento para que lustren sus zapatos. El dueño, amablemente, le ofrece el periódico. Y los dos comienzan sus actividades: uno a limpiar el calzado, otro a leer el periódico. Fue una lectura que acompañó el lustrado: alrededor de diez minutos.

Mientras, otro hombre espera. Es un joven, entre 20 a 30 años. Se encuentra sentado a un lado, esperando su turno. Y el ritual se repite: se sienta, toma el periódico. Sin ser una lectura profunda, avanza en las páginas. Esta ocasión, el boquero ofrece a sus clientes el diario *¡Pásala!*, es un medio de comunicación de corte amarillista, sensacionalista con información deportiva. Nuevamente, la lectura transcurre al mismo tiempo que el servicio de lustrado.

Por momentos, la plaza parece vacía. Los amigos de siempre en su lugar. Mientras el otro boquero parece lustrar zapatos por encargo. El viento sopla. Es febrero y el clima impredecible. A ambas boquerías llega gente a solicitar la limpieza de calzado

pero también simplemente a tomar el periódico y leer, a conversar. Es una postal recurrente.

Quienes llegan sólo a leer el periódico parecen tener cierta familiaridad con el bolero: intercambian un saludo, toman el impreso; como si estuviera ahí para ellos, como si fuera una costumbre. Varios hombres pueden pasar por el lugar para hacer lo mismo. No obstante, es una lectura breve: la portada, un recorrido por las páginas, se detienen de vez en vez. Devuelven el diario y siguen su camino.

A su vez, mientras un par de hombres lee con detenimiento el periódico en las bolerías. En la plaza conversan adultos, jóvenes, estudiantes. Hay personas solas con el celular en la mano y el tiempo transcurre.

Tequisquiapan, Qro. 17 de febrero de 2017

El puesto de periódicos: prácticas de lectura efímeras y de tránsito

En el centro de Tequisquiapan hay cinco kioscos que proveen periódicos al municipio, sin contar aquellos que se ofrecen en algunas tiendas. Uno de estos, ubicado en la carretera San Juan del Río- Xilitla y aun lado de un parador de autobuses, ofrece a los lectores periódicos de circulación nacional, local, deportivos y amarillistas.

En un lado de los estantes, se exponen los ejemplares de *Noticias de Querétaro*, *am de Querétaro*, *El Universal Querétaro*, *Reforma*, *Milenio*, *La Jornada*, *Reporte Índigo* entre otros. Y en el lado opuesto: *Esto*, *Record*, *¡Pásala!*, *¡La Prensa!*, por ejemplo. Al fondo, revistas de cocina, de moda, deportivas, de economía. La estructura de lámina alberga gran variedad de títulos, temas y medios impresos. La dueña, es una mujer de

64 años, se encarga de abrir el kiosko todos los días, desde las nueve de la mañana a las cinco de la tarde.

El estanquillo es un imán de lectores. Constantemente llegan hombres de todas las edades. Algunos caminan en la acera donde se encuentra el kiosko, otros cruzan la carretera rápidamente, otros llegan en carro. Todos asisten hasta el lugar para adquirir un ejemplar, pagan de inmediato y siguen su rutina.

Un hombre, entre 30 a 40 años, llega al puesto de periódicos. Se mantiene de pie frente a las primeras planas de los diarios. Intercambia un saludo, compra *Record* (medio de comunicación deportivo), lo coloca bajo el brazo y continúa caminando. Como se ha dicho, el kiosko está a la orilla de la carretera y aún lado suyo transitan personas originarias del norte del municipio y del estado; hasta allí llegan autobuses con pasajeros de las comunidades, o bien, personas que viajan desde Ezequiel Montes, Cadereyta, Peñamiller y municipios de la Sierra Gorda; también se detienen los transportistas de alimentos, bebidas, materiales. Algunos de ellos, se detienen a mirar los titulares. A través de una lectura efímera roban información con la mirada y evitan pagar el ejemplar impreso.

Es medio día, una mujer pasa con dos niños de la mano va caminando, pero al pasar frente al kiosko, a paso lento, leen con atención las primeras planas que se exponen. Enseguida, otro lector, con edad de los 50 a 60 años, repite este hábito. Así se constituye una práctica de lectura de la prensa efímera y de tránsito.

No obstante, el lector que compra el periódico adquiere el derecho de permanecer de pie frente a los titulares por más tiempo. Un hombre (60 a 70 años) se detiene a revisar las primeras planas: los diarios de circulación nacional, estatal, los deportivos, los de nota roja. Se toma un par de minutos para hacerlo. Entonces, ofrece

un saludo para la dueña, toma *Esto*, paga y se retira. Camina despacio, mientras lee la portada.

No todo el que pasa frente al kiosco es un lector de medios impresos. Hay quienes ignoran el sitio, les es ajeno. Otros asisten al estanquillo a comprar cigarrillos, dulces, un refresco. Todo menos un diario. De pronto, al lugar ingresa un hombre (30-40 años), vestido con pantalón de mezclilla, botas y gorra, observa las primeras planas con detenimiento. Compra el diario *Record* y se retira. Mientras, el lector sale de negocio, otro entra. También es un hombre (30 a 40 años), lleva puesto un short, playera y sombrero; así, relajado, adquiere *Record* y se marcha.

De pronto, el puesto de periódicos se queda sin clientes, los vehículos transitan, algunos peatones miran hacia las primeras planas, otros ignoran los impresos. En medio de esta dinámica, un coche se detiene frente al kiosco, la dueña toma rápidamente un ejemplar de *El Universal*, y lo lleva con el chofer (30 a 40 años, vestido de manera formal). Es una práctica constante, la propietaria ya conoce a sus clientes, los medios a los que son asiduos y el momento del día en el que pasarán por el o los ejemplares.

Más tarde, un hombre (60 a 70 años) ofrece un saludo cordial compra *El Sol de San Juan del Río*. Sin embargo, esta vez el lector se retira en su carro. Es decir, condujo hasta el kiosco para adquirir solo el diario y continuar con su rutina.

Los lectores de medios impresos conviven con los de medios digitales, al lado del estanquillo un estudiante de preparatoria no ha dejado el celular. Espera el autobús: levanta la mirada para revisar si el transporte se acerca y regresa la mirada a la pantalla. Está sentado en el suelo y no parece importarle, él espera.

Al mismo tiempo, un lector (40 a 50 años) compra el periódico *Noticias* (medio de comunicación de circulación estatal, de corte amarillista), lo guarda en la bolsa y camina. Después, un hombre camina con prisa por el lugar, llega al puesto de periódicos. Sin demasiada cordialidad, toma un ejemplar de *Record*, paga y se retira rápidamente.

No obstante, los lectores también se ganan el derecho a leer las primeras planas con la compra de otros productos. Un joven (20 a 30 años) acudió al estanquillo a comprar un cigarro y un par de chicles. Tras entregar unos cuantos pesos, se detiene frente a las primeras planas, lee cuidadosamente los titulares de los diarios deportivos. Deja el lugar, camina y prende su cigarro.

El parador de autobuses también es punto de encuentro de familias y amigos; es decir, algunos pasajeros esperan a los suyos para continuar su camino. Durante la espera, un hombre (50 a 60 años) cruza los cuatro carriles de la carretera, saca monedas del pantalón, compra *Record* y regresa. Todo el que camina frente a este kiosco continúa y se pierde entre las calles y los comercios cercanos.

Un lector más cruza la carretera para llegar al estanquillo y adquirir *Record*. Mientras, un hombre (50 a 60 años) compra rápido el periódico (también es *Record*) y sube al transporte público. Entonces, el chofer de un camión repartidor se detiene frente al kiosco, baja para comprar un diario deportivo (*Record*).

Como se ha descrito, el puesto de periódicos es un imán de lectores de medios impresos. Hasta este punto llegan transeúntes, automovilistas y choferes quienes se contentan con leer las primeras planas, a prisa o con unos minutos permitidos; todos conforman lecturas efímeras, de un vistazo.

Tequisquiapan, Qro. 19 de febrero de 2017



Es domingo al mediodía, la plaza pública es dinámica. Hay gente por todos lados: turistas y personas originarias convergen en este espacio. Algunos conversan, otros caminan, otros juegan. Es el último día de la semana, hay más bolerías en el lugar, pequeños comercios exponen sus artesanías y un grupo de músicos ameniza el momento.

En esta postal, hay dos personas leyendo. Un hombre (40 a 50 años) espera y sentado lee el periódico *Acontecer* (medio impreso, de circulación estatal y de corte sensacionalista). Es una

lectura prolongada, página a página.

Frente a este lector, una pareja adulta espera. Ella cubierta con su rebozo, él leyendo *El Universal*. Mientras él lee, ella ve a la gente pasar. De vez en cuando, conversan. No obstante, aunque están juntos cada quien se concentra en una actividad diferente.

En una bolería, un hombre pide que lustren sus botas. Mientras esto sucede, el hombre (30 a 40 años) lee *¡Pásala!* Dirige su mirada a las páginas. Y a penas, hay un intercambio de palabras entre el lector y el bolero.

A unos metros hay una postal en la que convergen dos tipos de lectura: la de medios impresos y la de digitales. Mientras un bolero espera clientes, lee el periódico *¡Pásala!* y a lado suyo, algunos adolescentes dirigen su mirada al teléfono celular. En otras palabras, la plaza pública congrega diferentes lectores y prácticas.



Santiago de Querétaro, Qro. 20 de febrero de 2017

Plaza de Armas: espacio de reunión para reporteros, funcionarios públicos y empresarios

La Plaza de Armas en Santiago de Querétaro es el espacio público que reúne a las élites de poder político, económico, mediático y social. Alrededor del lugar se encuentra la sede del Poder Ejecutivo, del Poder Judicial y albergaba, hasta hace un par de años, al Poder Legislativo.



En una de las esquinas de este espacio hay un puesto de periódicos; en el mismo lugar, el lector encuentra publicaciones regionales, estatales, nacionales e internacionales. No obstante, no es el único proveedor de medios impresos, los restaurantes y cafeterías ofrecen la consulta de los diarios a todos sus clientes.

Tanto los restaurantes como cafeterías, durante la semana, son el lugar recurrente para ruedas de prensa de funcionarios públicos, empresarios y activistas. Es así que Plaza de Armas congrega a los grupos de poder en el estado. Por lo tanto, es común ver a reporteros y fotorreporteros; los delatan las grabadoras, las cámaras, los cuadernos de notas y sus conversaciones sobre las agendas informativas. Mientras, los funcionarios públicos y empresarios se distinguen por sus trajes sastre, su calzado, los vehículos de lujo en los que arriban.



Las mesas de las cafeterías no sólo sostienen alimentos también periódicos. Quien está en Plaza de Armas durante la mañana y hasta el medía es para buscar información. Los periodistas buscan notas y leen el periódico. Los funcionarios públicos

y los ciudadanos: leen los diarios. Incluso, los hombres (la mayoría, formales y vestidos de traje) que transitan llevan un periódico bajo el brazo.

En las manos de los lectores hay ejemplares de circulación regional, estatal o nacional. Hay espacio para todos los medios. En los portales, un reportero (20 a 30 años) lee *Diario de Querétaro*, su atención se dirige a la sección de Local. A su lado, otro periodista (30 a 40 años) también revisa los periódicos locales. En ocasiones, interrumpen su lectura con conversaciones breves.

Detrás de ellos, un hombre (60 a 70 años) lee diversos periódicos. Tiene *Diario de Querétaro* y *am de Querétaro*. La lectura es pausada, atenta, página a página. A unos metros, otro lector (40 a 50 años) revisa la publicación *Voz de la Sierra*. Todos llevan a cabo una práctica de lectura extensa y detallada.

Incluso, otros lectores, ciudadanos comunes, se relajan en las bancas de Plaza de Armas para leer el periódico. Un hombre (50 a 60 años) lee *Diario de Querétaro*. Mientras, otro (40 a 50 años) lee el mismo medio sentado a unos metros.

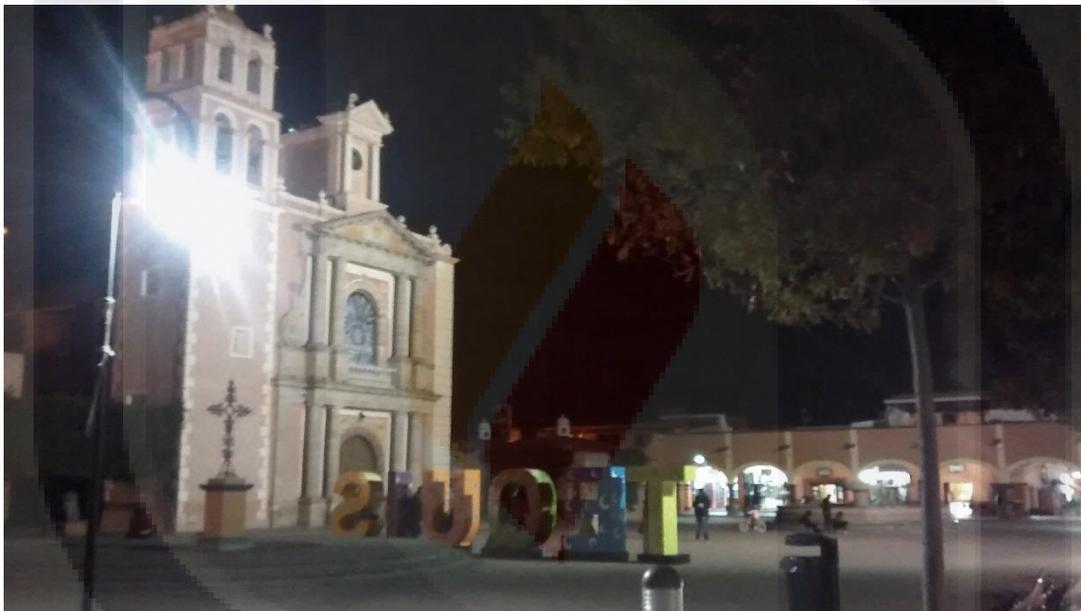
Plaza de Armas es un sitio que congrega lectores de diversos gremios: políticos, económicos, activistas e informativos. Cada cual parece desarrollar la práctica de lectura de medios impresos, hacerse de la información necesaria y divulgar la misma entre sus allegados.

Alrededor de este espacio que reúne a las élites, se encuentran otras plazas públicas: La Corregidora, el Jardín Zenea, el Jardín Guerrero, la Plaza de los Fundadores. En cada una con sus características, cada cual con kioscos y lectores de diarios impresos.

Tequisquiapan, Qro. 21 de febrero de 2017

El final de la jornada: las lecturas nocturnas en la plaza pública

Es casi de noche. En las calles del centro de Tequisquiapan, las oficinas ya han cerrado, al igual que varios comercios locales. La gente se despide y se retira poco a poco. No obstante, la plaza principal aún tiene vida: las cafeterías, los restaurantes, los estanquillos de dulces y los negocios locales están abiertos, entre estos una bolería, el lugar por excelencia para leer periódicos.



Son las siete de la noche en punto, la bolería tiene un cliente; mientras lustran sus zapatos, un hombre (20 a 30 años) lee *¡Pásala!* Es una rutina cotidiana esta imagen. Al mismo tiempo, hay parejas en la plaza, algunos grupos de amigos o personas solas con la mirada en el teléfono celular.

Ilustración 29. Incluso de noche, en la bolería se ofrece el periódico a los clientes.



A la bojería llega otro cliente (30 a 40 años). Saluda, toma su lugar. Comienza a leer el periódico e inicia el servicio de lustrado. De fondo, se escucha la homilía; el sonido que se extiende por la plaza todas las tardes. Cinco minutos más tarde, otro hombre (20 a 30 años) llega a solicitar el servicio de lustrado y a leer el periódico.

El dueño del semanario local camina por la plaza. Es un hombre sencillo, usa bastón, sombrero y en un morral carga algunos ejemplares de *El Orador*, un medio impreso sin circulación en Internet. Se detiene en un estanquillo de dulces para intercambiar “monedas”. Este reportero (50 a 60 años) llega cada tarde para hacer lo mismo.

Minutos después de las ocho de la noche, el bolero comienza a recoger el estanquillo: primero enrolla el periódico, lo guarda y enseguida recoge las tintas, las brochas, la grasa. Ha terminado la jornada de trabajo y se cierra el espacio para la lectura de prensa.

Tequisquiapan, Qro. 22 de febrero de 2017

Comienza a anochecer, la plaza pública de Tequisquiapan se muestra como un espacio tranquilo, con la homilía de fondo, algunas personas vuelven del trabajo, otras cierran sus comercios y oficinas. En este escenario, la bolería está dispuesta para quien desee leer y lustrar sus zapatos.

La gente transita, hay quienes se detienen a mirar el teléfono celular, a esperar. El tiempo transcurre. Esta ocasión, el único que lee es el bolero, es la última lectura antes de cerrar el estanquillo.

Son casi las ocho de la noche, hay otro lector en la plaza, un hombre (20 a 30 años) lee; se trata de un libro. Está cerca de una lámpara, se acerca a la luz para avanzar en las páginas. Mientras, los feligreses salen de la Iglesia, la misa terminó y parece que también la jornada.

Santiago de Querétaro, Qro. 23 de febrero de 2017

El Jardín Guerrero como espacio de apertura a la diversidad de medios de comunicación y prácticas de lectura

El Jardín Guerrero (en Querétaro) ha sido el espacio público de los disidentes durante varias generaciones. Es una plaza para todas las clases sociales, especialmente para las menos favorecidas, a su alrededor hay comercios, oficinas, la sede de la Delegación Centro Histórico.



En dos esquinas, el espacio alberga un kiosco de periódicos respectivamente, una fuente y la figura de Vicente Guerrero son el centro de la plaza, a la que se suman boquerías, bancas para los visitantes y servicio gratuito de Internet.

De esta manera, el Jardín Guerrero es un espacio para la convergencia de prácticas de lectura: tan común son las lecturas efímeras frente a los kioscos como las relacionadas con teléfonos celulares.

La observación inicia con uno de los kioscos. Es un estanquillo de lámina, ofrece publicaciones impresas como revistas, periódicos, libros, folletos, mapas de la ciudad, así como refrescos y golosinas.



Son casi las doce del día, un hombre (30 a 40 años) llega al estanquillo. Sin saludar y apenas cruzar palabra con la dueña del negocio, compra el diario *Noticias de Querétaro*. Y a la par, otro hombre (20 a 30 años) compra una revista de música. Hay algo en común en este encuentro, los lectores solo se concretaron en pagar un medio impreso y retirarse.

El primero, colocó el diario bajo el brazo, caminó hasta encontrarse con su pareja, conversar y leer. El segundo, siguió su camino.

Al parecer, la dueña está habituada a recibir posibles clientes, quienes solo leen las primeras planas, durante segundos, y se van; otros, menos oportunistas, se detienen a leer los titulares de los diarios y compran una publicación. Es así que se constituye un desfile constante de personas con lecturas efímeras o extensas.

Entre el paso de lectores, un hombre (50 a 60 años) se detiene. Es un sujeto sencillo: lleva una bolsa con las compras, tiene puesta una gorra y ropa arrugada. Toma el *Diario de Querétaro*, paga, coloca el ejemplar en su bolsa y camina.

El acto de comprar un medio impreso marca la diferencia con otros lectores. En el kiosco hay un par de jóvenes (18 a 25 años); leen y señalan portadas de revistas, preguntan el costo, conversa; son publicaciones sobre grupos de rock. Están de pie frente a estas pero no adquieren alguna. También otro par de señoras leen portadas de revistas (de manualidades y tejidos), señalan, conversan y adquieren una.

Al parecer, la aproximación a un medio impreso (revistas, por lo observado) es una práctica colectiva, con el grupo de amigos, de compañeras, que se acercan hasta el kiosco, conversan y deciden llevar o no el ejemplar.

A pocos metros del kiosco de periódicos, una de las boquerías de la plaza. El dueño lustra un par de zapatos que han dejado por encargo. No obstante, en la imagen no hay periódicos que acompañen la labor del zapatero como sucede en otros casos citados; por el contrario, un radio ameniza. Se alcanza a escuchar un noticiero de *Grupo Fórmula*.



En otras palabras, en el Jardín Guerrero las prácticas de lectura se extienden de periódicos a revistas y libros, pero también se dan otras aproximaciones a diferentes medios de comunicación, por ejemplo, la radio o Internet.

En la plaza algunas personas leen libros de literatura romántica, otros ocupan su tiempo revisando el teléfono celular, otros conversan. A la entrada de una casa, un señor (30 a 40 años)

lee el periódico *Noticias*. El hombre espera, mientras su hija juega en la plaza. Aún lado tiene la mochila de la niña y el resto del medio. Avanza una página a la vez, cada sección merece su tiempo, lo mismo Deportes como México, donde se ubica la información de carácter nacional.

Hacia el lado contrario de la plaza, un bolería, atendida por una mujer, está repleta de ejemplares de diversos periódicos. Unos minutos más de observación y se conoce la causa: el calzado es envuelto en una hoja de periódico. Hasta en un espacio público destinado para la recreación, el diario impreso se inserta en la vida cotidiana con los usos más banales.

No obstante, el periódico, como medio de comunicación, se reivindica en las manos de un joven (25 a 30 años). El lector revisa con atención la sección de México del periódico *Noticias*.

Santiago de Querétaro, Qro. 23 de febrero de 2017

Información general versus contenidos amarillistas o deportivos

La Fuente de Neptuno da la bienvenida a una pequeña plaza pública que conecta a El Jardín Guerrero y el Convento de Santa Clara. Es un espacio privado entre lo público, quizá por su tamaño es que parece estar oculto. Esta condición no es pretexto para que un violinista interprete algunas piezas musicales a cambio de monedas, mientras las personas conversan, transitan o leen.

Dos hombres. El primero (25 a 30 años) lee *¡Pásala!* Mientras otro lector (30 a 40 años) revisa *Record*. Ambos llevan a cabo una lectura detenida de los medios impresos, pasan con atención, una página a la vez, sin prisa, sin ganas de irse de la plaza.

La lectura extensa es común para cualquier medio de comunicación impreso; es decir, no importa si se trata de un periódico cuyos contenidos son generales, deportivos o amarillistas. El lector brinda atención y respeto a cada una de las líneas, dedica tiempo, esfuerzo.



Tequisquiapan, Qro. 24 de febrero de 2017

El puesto de periódicos en la carretera: prácticas de lectura efímeras, de tránsito y postergadas

Se siente un calor intenso, los rayos del sol en su esplendor. A la orilla de la carretera, el puesto de periódicos parece una sombra para el que quiera protegerse del clima. Á un costado, la gente espera el transporte público que viene de las comunidades del resto de Tequisquiapan, o bien, de las colonias cercanas.



Mientras, hay personas que transitan frente al kiosk y a penas miran los titulares de los periódicos, otros compran un ejemplar para llevarlo a casa, o para acompañar su camino.

Un peatón (30 a 40 años) transita frente al estanquillo, se detiene y compra *¡Pásala!* A penas interrumpe su caminata para adquirir el ejemplar que guarda en su morral. Probablemente, la gorra que lleva puesta es un recurso para sentirse valiente y caminar bajo el sol, y el clima registra los 29°C, es una temperatura modesta para el semidesierto queretano.

Una familia llega al kiosk, la madre caminaba de la mano con sus tres hijos. Los niños se acercan con entusiasmo, gritan y se animan para señalar portadas de revistas y publicaciones infantiles (cuentos, crucigramas). No obstante, han llegado hasta ese punto para tomar el transporte público, es la meta y merecen un premio. Su madre compra un dulce para cada quien. Y avanzan a un costado para esperar el transporte.

No obstante, hubo tiempo para que los niños, con uniforme puesto, revisaran las portadas, leyeran y se entusiasmaran con publicaciones de comics. A penas leyeron

títulos o revisaron fotografías cuando debieron salir del estanquillo antes de cometer una travesura. Afortunadamente, el autobús llegó y la mamá puede seguir su camino con los niños.

Al poco tiempo, una mujer (50 a 60 años) se detiene en el kiosco, parece interesada porque lee con atención las primeras planas. Lleva bolsas en las manos pero no parece importarle como tampoco presta atención a la dueña, quien espera la venta de un ejemplar. No obstante, esto último no está en los planes de la lectora; enseguida, camina sin decir palabra.

Sin caer en distinción de géneros. Parece ser que los hombres están más interesados en adquirir medios impresos. En unos minutos, diversos lectores aparecen para comprar ejemplares de diversos diarios locales. Un hombre (30 a 40 años) llega a prisa, compra *El Sol de San Juan del Río*, y continúa su camino. A la vez, un chofer de autobús se detiene frente al kiosco pero la dueña sale para acercarle *Esto*, le entrega el dinero exacto, agradece y avanza por la carretera.

Un hombre (25 a 30 años) camina, carga una mochila y lleva un bote en la mano. Avanza por la calle a pesar del calor y se detiene para leer los titulares de la prensa deportiva. Aprovecha que la dueña ha salido a entregar un ejemplar y se toma unos minutos más para acercar la mirada. Esta práctica parece menos incómoda si hay otro cómplice. Un joven (18 a 25 años) se aproxima, y mientras habla por teléfono, roba con la mirada los titulares de *Esto*, *Ovaciones* y *Record*.

De pronto, interrumpen su lectura, han sido demasiados minutos de lectura gratuita. Y se distancian de los ejemplares.

Entre el tránsito de vehículos, se detiene el camión repartidor de refrescos. Baja un joven (25 a 30 años), entra al kiosco para comprar *El Sol de San Juan del Río* y *Esto*. Después de un breve saludo y de pagar. Vuelve al camión y sigue en su rutina.

Minutos más tarde, se detiene una camioneta. Esta ocasión es una mujer (31 a 40 años). La dueña del estancillo la reconoce inmediatamente: “Licenciada, ya le llevo su periódico”, exclama. Y le acerca los ejemplares de *El Universal* y *Reforma*. Le entrega el dinero exacto, y se despide con la promesa de volver al día siguiente.

El puesto de periódicos, ubicado a la orilla de la carretera San Juan del Río-Xilitla y a un costado del parador de autobuses, es un lugar de tránsito para personas de todas las edades, para habitantes del norte del estado y de las comunidades de Tequisquiapan, es el espacio para las lecturas efímeras y de tránsito, aquellas que implican la revisión de primeras planas y titulares sin pagar por el periódico; o bien, de la lectura efímera y postergada, del que adquiere el ejemplar y lee después.

Tequisquiapan, Qro. 26 de febrero de 2017

Tequisquiapan: la plaza pública y el kiosco como espacios para la lectura de periódicos

Un día más, el puesto de periódicos es un sitio de espera y tránsito. A un lado, los pasajeros suben al autobús y frente, transitan peatones y automovilistas.

Una lectora (60 a 70 años) lee las primeras planas de la prensa local. La revisión es breve porque ha llegado el transporte público. Mientras, la señora se retira, un coche se detiene frente al kiosco, baja un hombre (50 a 60 años) y compra *El Sol de San Juan*

del Río, “buenos días, Doña. Vine por mi periódico”. Paga y se retira. Mientras camina lee el titular y sube a su carro.

Nuevamente, la dueña tiene los periódicos en dos estantes. En lado, están los de corte amarillista o sensacionalista y los deportivos. En otro, los diarios de circulación local y nacional, relacionados con información general. Parece que cada estante tiene sus adeptos porque la gente prefiere leer uno u otros.

Este día, las visitas al puesto de periódicos son más esporádicas. El tiempo transcurre, del tránsito de vehículos un Jeep se desvía, la propietaria identifica inmediatamente al cliente, toma un ejemplar de *Milenio* y lo lleva hasta el carro. Un breve saludo y la entrega de monedas exactas a cambio del impreso.

Un repartidor de pizza detiene la motocicleta frente al kiosco. Es un joven (25 a 30 años), “¡Qué tal!, ¿cómo está?”, pregunta el lector, quien al mismo tiempo recoge un ejemplar de *Record*. La propietaria responde con un “Bien, gracias a Dios”, toma un billete y devuelve monedas. Estos encuentros breves, con saludo y respuesta corta, son frecuentes en este espacio.

Esta observación se confirme en unos minutos. Cuando otro chofer detiene su camioneta frente al estancillo. La dueña, enseguida, acerca un ejemplar de *La Jornada*. El lector (40 a 50 años) le recuerda que le pagará el fin de semana. La señora asiente y dice adiós. Al automovilista apenas vio la primera plana; condujo y dejó para después la lectura.

Dos peatones llegan al estancillo. El primero (25 a 30 años) lleva a una niña del brazo. Juntos cruzaron la carretera para adquirir un ejemplar de *Record*. Revisa la primera plana y vuelve al otro lado de la calle a esperar el autobús. Mientras, el

segundo (25 a 30 años) compra *Esto*, lee la portada mientras camina y continúa por la calle.

El puesto de periódicos es un espacio que configura prácticas de lectura breves, efímeras: abarcan la revisión de titulares y primeras planas. Quienes llevan a cabo estas prácticas son personas que no adquieren el medio impreso o bien, postergan la lectura del mismo.

La plaza pública espacio para la creación, convivencia y la lectura



Es domingo, la plaza pública de Tequisquiapan recibe a turistas, músicos y comerciantes. Hay una dinámica bulliciosa, la gente transita, espera, conversa, entra y sale de la iglesia. Es un día sin lectores, aparentemente. Son más de las tres de la tarde. Posiblemente, las prácticas de lectura que se han observado en este espacio se desarrollan durante la mañana y hasta el mediodía, y después de las cinco de la tarde.

Después de un paseo por la plaza, un lector aparece. Es un comerciante, vende marcos y pinturas que él mismo hace. Al mismo tiempo que espera compradores, lee con atención *Magazine*. Avanza una página a la vez e

interrumpe su lectura cada que un turista se acerca a apreciar su obra.

El descanso predomina en ese momento. Hay tiempo para escuchar música, para conversar, para revisar los celulares pero -esta vez- no para leer.

Santiago de Querétaro, 2 de marzo de 2017

La Plaza de Armas es parte del corazón de la ciudad; recibe a los círculos de poder, a los turistas y entre estos, a los lectores de prensa. Un hombre de entre 60 a 70 años lee el periódico *Noticias*, lee la sección de sociales, mientras aun lado pasan algunos funcionarios públicos y reporteros. Cada cual en su rutina pero compartiendo el mismo espacio.

Otro sujeto (60 a 70 años) lee el periódico *Noticias*, mientras uno de los boleros atiende a sus clientes escuchando la radio, es una radionovela. En otras palabras tanto las personas como los medios de comunicación comparten tiempo y lugar; convergen formar de leer y de interacción con los medios de comunicación.

Junto a las bolerías, otro lector (60 a 70 años) se ocupa de revisar *La Jornada*, la lectura es extensa, minuciosa, lenta, una página a la vez. Así la lectura en esta plaza pública se arropa por turistas, personas que esperan, por los comensales de las cafeterías.

No obstante, la lectura de prensa no sólo es para los adultos mayores también para los jóvenes, un hombre (20 a 30 años) lee la sección de sucesos del periódico *Noticias*. Mientras uno de los boleros de Plaza de Armas lustra su calzado, el joven se entera de las noticias locales, de aquellas de nota roja donde se exponen accidentes, robos, personas privadas de su libertad.

En Plaza de Armas, el periódico impreso se lee durante los momentos de espera: en las boquerías, en las cafeterías, en las bancas, acompañando el café o el desayuno, esperando la rueda de prensa.

Tequisquiapan, Qro. 3 de marzo de 2017

El kiosco de periódicos: una exposición informativa pública con acceso limitado

El puesto de periódicos en la carretera San Juan del Río Xilitla es testigo de las llegadas y salidas del municipio. Publicaciones impresas: comics, revistas, crucigramas, recetarios, libros y periódicos se exponen a todo transeúnte como si se tratara de una exposición museográfica en el espacio público, se ofrece a todos pero pocos tienen el permiso de detenerse frente a esta para observar, el pago es comprar o no un ejemplar impreso.

Una pareja de jóvenes (20-30 años) se detiene a leer las portadas de las publicaciones, saludan a la propietaria y entablan una conversación breve: “buenos días, ¿cómo va el día?” pregunta el joven a la dueña. “Bien, gracias a Dios. Hace mucho que no venían”, respondió.

Enseguida, la pareja que había llegado hasta ese punto caminando, toma un ejemplar de *Record* y continúa su camino. En este breve encuentro, el y la joven se acercaron a medios de comunicación impresos diferentes. Él aprovechó para leer las primeras planas de los periódicos; mientras, ella (20 a 30 años) revisó las portadas de las revistas, algunas de moda, otras de historia, de política pero no la prensa.

Los vehículos y los peatones transitan frente al puesto de periódicos, el calor del medio día comienza a marcar la pauta y el tema de las conversaciones. Hay personas que llegan al kiosco no a comprar publicaciones sino para adquirir golosinas, bebidas o cigarros.

Esta dinámica se interrumpe. Un vehículo se detiene frente al kiosco, la dueña reconoce a su cliente, lo saluda con un gesto y lleva hasta el coche ejemplares de *El Universal* y *Reforma*, e intercambian algunas monedas. Es un encuentro rápido, fugaz. Se acerca la una de la tarde y la entrada de estudiantes de preparatoria al turno vespertino, así que los autobuses arriban con jóvenes originarios de las comunidades del municipio. Algunos “echan un vistazo” a las portadas de los diarios deportivos y otros siguen su camino sin mirar.

Entre la llegada de pasajeros, una camioneta se detiene frente al kiosco y de esta baja un hombre (60 a 70 años), camina hacia el negocio para comprar *Record*. Después de un breve saludo, el lector vuelve al vehículo y se marcha.

Otro autobús se detiene a un lado del kiosco, del mismo descienden pasajeros, entre estos un hombre joven (20 a 30 años), quien se detiene frente a las publicaciones, lee con calma, le interesa revisar los titulares y las portadas de algunas revistas musicales. Tras algunos minutos, adquiere *El Sol de San Juan del Río*. El joven pone el periódico en su mochila y avanza entre la avenida.

El día continúa y mientras el kiosco es testigo del tránsito, un lector (30 a 40 años) estaciona su vehículo. Vestido con traje y corbata, el hombre lee los titulares de la prensa y compra *Record*, *El Universal* y la revista *Proceso*.

Los encuentros de lectores en este espacio no siempre propician diálogos con la propietaria. Es un lugar de paso y esta condición no posibilita grandes conversaciones

sino lecturas efímeras para quien no paga por alguna publicación, o bien, en caso contrario, el lector gana el permiso de leer los ejemplares por más tiempo, minutos que se concretan con la compra de uno o varios ejemplares.

Plaza pública de Tequisquiapan

El clima caluroso es más llevadero en este espacio de Tequisquiapan: las bancas, las jardineras, la sombra que ofrecen los árboles, la tranquilidad del lugar hacen de la plaza un espacio de convivencia a pesar de la temperatura.

Los turistas y las personas originarias transitan por el lugar, el trenecito pasea algunos niños. En apariencia no hay lectores de prensa. En uno bolería, se hacen sonar algunos acordes, el músico intenta imitar a los que escucha en una grabadora pequeña. Al parecer, alrededor de esta bolería se reúnen personas a ensayar música.

Tras algunas vueltas a la plaza, el chofer que conduce el trenecito se detiene, espera a que bajen los pasajeros y espera a un lado de la oficina de turismo. Allí lo espera una pequeña banca y el periódico. Se trata de *Tribuna de Tequisquiapan*, un medio de comunicación local que difunde noticias sobre política, deportes y artículos de opinión, todo con información del municipio.

Mientras espera pasajeros, el lector (50 a 60 años) lee el periódico, lo revisa desde la primera plana y hasta el final. Una página a la vez e interrumpe su lectura cuando alguien lo saluda o se interesa por pasear en el tren. En otras palabras, la lectura del periódico acompaña el tiempo de espera.

A unos metros, en una cafetería, un hombre (40 a 50 años) suele pasar todas las mañanas en la misma mesa, toma café americano y fija su mirada en el teléfono celular. Esta ocasión, este lector digital recibe un acompañante. Conversan.

El chofer del trenecito deja su lectura; tiene pasajeros y es tiempo de rodear la plaza. Suben adultos y niños. Toca la campana e inicia el recorrido. Ahora, el periódico espera en un banquillo. El paseo del trenecito incluye dos vueltas a la plaza, los vagones suenan como cascabeles y la campana se repica para abrir paso.

Mientras el tren avanza, un joven (20 a 30 años) se acomoda en el lugar de descanso del chofer, toma una sección del periódico (República). El lector se da tiempo para revisar rápidamente las páginas y saludar a la vendedora de dulces que está aun lado.

La plaza también recibe a jóvenes con uniformes de la secundaria y la preparatoria del municipio. Ellos se dan tiempo de revisar sus celulares. Reunidos pero cada quien con la mirada en su teléfono celular.

En este espacio convergen grupos de personas con edades y ocupaciones diferentes y prácticas de lectura diversas: de periódicos, digital en los teléfonos celulares y de libros.

Santiago de Querétaro, Qro. 8 de marzo de 2017

Un día más, la Plaza de Armas de Querétaro recibe a reporteros de diversos medios de comunicación. Desde aquí se envían notas y se genera información. Mientras transitan periodistas de un lado a otro en busca de “la nota”, algunos lectores se apuestan por todo el lugar.

Una pareja de hombres, el primero de 50 a 60 años, el otro -en apariencia- de edad mayor (60 a 70 años) leen *Diario de Querétaro*. Conversan de vez en cuando y continúan con la lectura: detallada, minuciosa, una página a la vez.

Al mismo tiempo, un lector, cuya edad podría ubicarse entre los 50 a 60 años, revisa el periódico *Noticias*. Repite el protocolo de otros lectores: una página a la vez, desde la portada, sección a sección hasta el final.

No obstante, el periódico impreso da espacio a otras prácticas recreativas. Un hombre (50 a 60 años) ocupa su tiempo resolviendo el crucigrama del diario *Noticias*. Además, se llevan a cabo lecturas de otras publicaciones: dos mujeres (40 a 50 años) leen folletos religiosos, se enteran de algunos eventos y comentan sobre los mismos.

La Plaza de Armas también reúne personas en sus cafeterías. En una de estas, un hombre (40 a 50 años) lee una publicación de cine. Es una lectura detenida mientras toma el café. El mesero parece conocerlo porque el acercan los periódicos *El Financiero* y *El Queretano*, un nuevo medio impreso en la entidad.

Cada uno de los sujetos interrumpe su lectura en varias ocasiones, cuando se trata de conversar o saludar a algún conocido. No obstante esto no es impedimento para revisar las secciones: deportes, clima, internacional, sociales. Ha pasado más de una hora, cada sujeto puede extender su lectura por más de dos horas. Ni los turistas, ni los reporteros, ni los funcionarios públicos son impedimento para consultar el periódico local. Pasan parte de la mañana y del medio día leyendo.

A esta dinámica se suman grupos de amigos, llegan saludan, conversan y revisan la prensa. Dicha rutina es semejante para grupos de lectores (50 a 70 años o más), así como para grupos de reporteros, funcionarios públicos o empresarios. En otras palabras, en la Plaza de Armas, la información se socializa, y el periódico impreso es útil para esto.

Santiago de Querétaro, Qro. 9 de marzo de 2017

De nueva cuenta, los reporteros se ubican en los portales, en las cafeterías, en las bancas. Desde aquí consulta los diarios locales y generan información.

Además, hay boquerías en cada lado de la plaza. Esta ocasión, hay clientes en varias de estas pero en sus manos tienen teléfonos celulares en lugar de periódicos. Un hombre (60 a 70 años) llega, espera su turno para lustrarse los zapatos, lleva el periódico *El País* bajo el brazo. Se acomoda en una banca cercana a la boquería y comienza a leer. Desde la primera plana, revisa los titulares y continúa.

De fondo, se reúnen en un restaurante periodistas, locutores y fotoreporteros. Desde el mismo lugar donde desayunan políticos, empresarios y funcionarios públicos, el gremio informativo comparte mesa recupera y produce información noticiosa.

Desde una de las bancas, una mujer (40 a 50 años) lee el semanario *Libertad de Palabra*. Se trata del único medio de comunicación contestatario al gobierno en turno. La lectora revisa el impreso pero sin ser una práctica extensa. Por el contrario, solo mira las páginas: titulares y fotografías; avanza. Cuando termina de "hojearlo" lo hace de nueva cuenta, de principio a fin. Enseguida, lo enrolla y guarda en su bolsa para las compras del súper.

A unos metros, un hombre (30 a 40 años) lee la revista *Quien*. Se entretiene en sus páginas. Es un lector vestido formal, con zapatos lustrados y camisa impecable. Lee, mientras ve el teléfono celular.

Hasta el momento, a través de la observación, el periódico impreso es un medio más cercano a los hombres. Son escasas las mujeres lectoras que se han observado. En cambio, se han encontrado mujeres consultando revistas.

Además, después de algunos días los reporteros comienzan a mirar con cierto recelo a la investigadora que observa, registra, escribe.

Jardín Zenea

El Jardín Zenea es un lugar de paso entre la Plaza de Armas, el Teatro de la República, la Plaza Constitución y el Jardín Guerrero. Es el punto de reunión por excelencia de familias y grupos de personas de la tercera edad los fines de semana.

En el lugar un hombre (60 a 70 años) lee *Diario de Querétaro*, mientras una mujer (20 a 30 años) lee el anuncio clasificado del mismo medio impreso. Ambos sujetos revisan con atención el ejemplar, con calma, el hombre avanza una página a la vez. Mientras, ella revisa puntualmente cada uno de los apartados y selecciona aquellos de su interés.

El Jardín Zenea es un espacio para la lectura de medios impresos y digitales: en sus bancas o bien, en las boquerías, los sujetos realizan lecturas pausadas, minuciosas y de espera.

Santiago de Querétaro, Qro. 15 de marzo de 2017

La cafetería Marrón se ubica en los portales de la Plaza de Armas, en sus mesas recibe a turistas, reporteros, jefes de información, locutores, algunos funcionarios públicos, entre otros comensales que visitan el lugar.

De lunes a viernes, la rutina informativa permite que desde allí, periodistas de distintos medios de comunicación generen contenidos, recuperen notas y reporteen a sus respectivas empresas noticiosas.

El lugar cuenta con tres espacios, el primero con vista a la plaza, el segundo al interior de la cafetería y el tercero en el patio de la casona. Los reporteros se ubican, principalmente, en el área más visible, donde pueden entrevistas a funcionarios públicos, desde donde observan las ruedas de prensa y conversan con colegas que transitan por el lugar.

Al tiempo que desayunan, dos mujeres extranjeras (50 a 60 años; 20 a 30 años) leen el *Washington Post*. Una frente a la otra, conversan en inglés. Están de vacaciones en la ciudad y aprovechan para consultar un medio de comunicación de su país.

Aunque el tema principal de la conversación no parece ser el contenido del medio sino su viaje, la agenda para ese día. En un momento, una interrumpe a la otra para cuestionarle si conoce el precio del dólar.

Hay reporteros también en la cafetería. Platican sobre acontecimientos noticiosos, las declaraciones de los funcionarios públicos y la posible agenda de información para los días venideros. Tienen en su mesa un medio de comunicación nuevo, *Acontecer*, periódico impreso del municipio de Pedro Escobedo.

En el transcurso de esta dinámica, dos amigos (60 a 70 años) se encuentran. Uno lleva el periódico *Excelsior*. No obstante, ambos parecen clientes asiduos de la cafetería; enseguida, les acercan otros periódicos *Magazine* y *El Economista*. Conversan, mientras toman café y revisan los impresos.

Tras días de observación, es común ver a las mismas personas reunirse en la Plaza de Armas o en sus cafeteerías; se reconocen, se saludan. Parecieran grupos

ocasionales de lectores de prensa. Otro lector (60 a 70 años) llega, a una de las bancas, lleva un ejemplar de *¡Pásala!*, se suma al grupo, para conversar, hojear el impreso y pasar la mañana.

Por su parte, a la pareja de amigos en la cafetería ya se han sumado dos hombres más, todos contemporáneos. Conversan sobre la economía nacional, sobre la de Estados Unidos. Entre gritos y afirmaciones. Uno de ellos exclama: “El que estudia para político, estudia para nada”.

Santiago de Querétaro, Qro. 16 de marzo de 2017

El Jardín Guerrero es el espacio de la pluralidad. Aquí se reúnen familias completas, adultos mayores, niños, grupos de amigos o bien, personas que simplemente buscan descansar un instante para volver a la rutina laboral. Es un lugar donde la tolerancia, la rebeldía y la apertura se conjugan.

“Promovemos la palabra de Dios, ¿quiere que le hablemos del amor de Dios?”, pregona una mujer de banca en banca, de persona en persona. Algunos la rechazan, otros aceptan y escuchan un sermón extenso.

A una boquería, llega un hombre (50 a 60 años), pide que limpien sus zapatos. Enseguida, le ofrecen el periódico *Excelsior*. La lectura transcurre mientras el calzado se lustra. Metros adelante, otro lector (50 a 60 años) consulta *¡Pásala!*, al parecer ha terminado porque enrolla el periódico y lo guarda en la mochila.

Los diarios impresos son consultados en todas sus secciones: información local, nota roja o sucesos, deportes, espectáculos, sociales, cultura y el anuncio clasificado. Un hombre (30 a 40 años) revisaba las páginas de anuncios en *Diario de Querétaro*, es

el medio de comunicación por excelencia que publica este tipo de información que abarca datos sobre empleos, compra y venta de artículos y servicios.

Mientras, uno de los kioscos de periódicos es el lugar para las lecturas de tránsito. Un hombre (20 a 30 años) lee las primeras planas de la prensa y se marcha. Es una imagen recurrente. Como también es habitual la gente que revisa su teléfono celular, en este espacio el Internet es gratuito y la plaza esta acondicionada para conectar los dispositivos electrónicos.

El reloj marca casi la una de la tarde, al lugar llegan niños de preescolar o de escuelas primarias del centro de la ciudad. Llegan con sus padres, mochila en brazo y ocupan el espacio para jugar.

La rutina en el Jardín Guerrero se define por la interacción de sus ocupantes. Es parte del día a día, pasar un rato en este lugar después de la escuela. No obstante, el kiosco de periódicos atrae a personas solitarias o grupos de amigos.

Como se ha descrito, este negocio es un templo de publicaciones impresas. Un hombre (50 a 60 años) revisa las primeras planas de los diarios. Al tiempo que consulta los titulares, dos mujeres (50 a 60 años) compran revistas de cocina. Previamente, dialogan sobre cuál comprar.

Las señoras son clientes frecuentes del kiosco, así que tienen el permiso de revisar las publicaciones y decidir cuál comprar: “este parece que tiene mejores recetas o... esta tiene más postres”, exclaman las lectoras para decidir la compra.

Al mismo tiempo, otra mujer (40 a 50 años) compra una revista de manualidades. Escoge entre varias de la estantería y promete volver por otra en la que pueda consultar bisutería y diseños de corte y confección.

El kiosco es un santuario de las publicaciones impresas: revistas de colección, de política, de cocina, de manualidades, de peinados, ediciones especiales; carros, esqueletos y figuras para armar; álbumes, entre otros.

La gente saluda cordialmente a Lupita, la propietaria, quien no solo dirige este negocio sino que es parte de la plaza. Adultos, niños y adolescentes la conocen, y la visitan incluso, para usar el encendedor y prender el cigarro.

A unos metros, el atrio del Templo de Santa Clara, donde se ubica la Fuente de Neptuno, también recibe lectores. Allí, los hombres que lustran su calzado leen desde los estanquillos, los periódicos *¡Pásala!* y *Noticias* son los predilectos. Algo tienen en común las publicaciones: sus contenidos son principalmente amarillistas o sensacionalistas.

Santiago de Querétaro, Qro. 22 de marzo de 2017

El comienzo de la interacción con los lectores

Ha pasado casi un mes del comienzo del trabajo de campo. Tras observar la plaza pública de Tequisquiapan y el puesto de periódicos de este municipio, así como la Plaza de Armas, el Jardín Zenea, el Jardín Guerrero y el atrio del Templo de Santa Clara, el kiosco de periódicos del Jardín Guerrero ha sido posible caracterizar a cada uno de los espacios. Describir sus dinámicas y a los lectores de publicaciones impresas o digitales que llegan a dichos espacios.

No obstante, el desarrollo del mismo trabajo de campo obliga a interactuar con los sujetos de estudio; los lectores. El 22 de marzo de 2017 comenzaron las entrevistas

a las personas observadas. Se eligieron considerando que estuvieran en el espacio del trabajo de campo y que atendieran a las tipologías que ofrece la ENL (2015).

El Jardín Guerrero la plaza pública contestataria, plural (en términos de recibir a diferentes generaciones y clases sociales), con acceso a Internet y facilidad de conexión a la energía eléctrica fue el punto de partida debido a que en este espacio convergen, principalmente, los lectores de periódicos digitales y dispositivos tecnológicos móviles. Más tarde, la observación continuó en el Jardín Zenea.

En el Jardín Guerrero, un joven revisa su tableta electrónica. Con mochila en el brazo y acomodado en una banca, pasa los dedos por la pantalla del dispositivo. Es un joven de 20 años, un estudiante universitario que trabaja los fines de semana como mesero.

En su experiencia ni la escuela ni la familia fomentaron la lectura en dispositivos digitales móviles. En cambio fue una experiencia individual. "Yo soy originario de un pueblo de Tamaulipas, es un lugar sin acceso a Internet ni a la tecnología, cómo podrían enseñarme allí a leer en pantallas. Eso no sucede pero sí contábamos con libros, historietas (en la escuela). Y en mi casa mi papá leía *Milenio Tamaulipas*".

Hace un par de años, este lector dejó Tamaulipas para estudiar una carrera universitaria en Querétaro. "Vine a vivir solo aquí. Voy a la universidad, no tengo un horario fijo por eso esto aquí (en el Jardín Guerrero); como hay Internet gratis, descargo materiales de la escuela, los leo. A veces me voy a la cafetería de la esquina y desde aquí trabajo. Y los fines de semana trabajo como mesero".

Su rutina como estudiante hace que lea en cualquier momento del día y en ratos de ocio. "Leo para la universidad también leo un periódico en Internet, sí tengo Facebook pero no me gusta publicar ni meterme mucho".

"Como no soy de Querétaro. Me voy a escuchar mal pero no me interesa saber qué pasa aquí. No leo periódicos de la ciudad porque no me interesa pero sí leo *Milenio Tamaulipas*". Este joven comenzó la lectura del periódico impreso cuando era niño, fue un hábito que aprendió de su padre.

"Mi papá leía el periódico siempre, *Milenio Tamaulipas*, y yo crecí viendo eso. Entonces, después de que mi papá lo leía, lo dejaba en la casa y yo lo tomaba de vez en cuando. No lo leía todo. Primero las secciones que me gustaban y también mi papá me compraba algunos comics. Más o menos, empecé a leerlo cuando tenía unos 10 años. Ahora, ya no puedo leerlo en papel porque no estoy allí pero todos los días lo leo en Internet".

El estudiante consulta el periódico digital desde el Jardín Guerrero, donde el acceso a Internet es gratuito. El medio significa un modo de mantenerse en contacto con el lugar desde donde es originario y al que aún no sabe si regresará.

No obstante, en su experiencia, "el periódico impreso y el digital no tienen diferencias importantes en el contenido. Son iguales, lo que encuentras en uno, está en el otro. (Para mí) la diferencia está en el material, es más sano leer en el impreso que estar todo el día en la pantalla".

A la vez, la lectura que hace de ambos es muy semejante: "si tengo el periódico en papel, leo desde la portada, veo lo que me puede interesar. Doy vuelta a la página y me tardo más leyendo lo que me gusta. Es lo mismo en Internet, entro a la página reviso los títulos, lo que me interesa lo leo. Si pienso en tiempo para leer es el mismo, lo que cambia es que a uno lo puedo tocar y a otro no".

En la misma plaza, otro lector tiene en sus manos *¡Pásala!*. Es un hombre de 31 años, estudió solo la secundaria. No obstante, no recuerda que la casa o la escuela

hayan sido espacios que fomentaran en él la lectura. Por el contrario, fue el trabajo. Comenzó a laborar a los 16 años. Entonces, leía *La Afición*.

"Ya no lo venden (*La Afición*) o yo ya no lo encuentro por eso compro otros periódicos de deportes o de sucesos. Y pues siempre me han gustado los deportes, y es lo que siempre leo. Cuando uno es albañil es lo que más se lee porque también lo leen mis compañeros".

Él es lector de los diarios *Acontecer*, *Record*, *Esto*, *Noticias* y *am de Querétaro*, "solo estos porque los otros periódicos, por los temas que tratan, no me llaman la atención. Pero tampoco los compro diario, una o dos veces por semana porque son caros. *Record* tan solo cuesta 12 pesos, si lo compro diario, no me alcanza".

Como espacios de lectura, "la mayoría de las veces leo en mi casa, en las tardes cuando estoy tranquilo. Hoy estoy leyendo aquí porque estoy esperando a que vengan a pagarme y traigo el periódico en mi mochila, siempre lo traigo para leer a ratos".

"Cuando compro *Noticias* o *am de Querétaro*, veo la portada y luego me voy a las secciones me gustan, sucesos... la nota roja y deportes. Si compro *Record*, ¡*Pásala!* Pues así leo todo. A veces no el mismo día, sino en varios".

"Siempre, cuando lo termino de leer, llevo el periódico a mi casa porque en mi casa, pueda que alguien lo lea, mis hijos, aunque estoy separado, o seguro lo usan en algo... es que el periódico siempre se ocupa para algo, para algo de la casa".

"El periódico siempre se necesita y yo no creo que un día desaparezca. Para mi Internet no es un periódico, es donde se puede buscar información pero ahí no se toca el periódico, yo prefiero tocarlo y traerlo en mi mochila".

Un joven lee *¡Pásala!* A sus 31 años, solo estudió hasta la secundaria, es un lavacoches y comenta que sus ingresos son mínimos (mil 200 mensuales).

Su trayectoria como lector de prensa inició en el Ejército, "estuve en el Distrito, reclutado para ser soldado, fue una buena época que no aproveché porque vengo de una familia muy pobre, era difícil entrar al Ejército pero yo no lo valoré".

Hijo de padres analfabetos, cuenta que en la escuela aprendió a leer pero no adquirió el hábito sino hasta después. "Cuando uno está solo en el Ejército, cuando no ves a tu familia, siempre caía bien leer el periódico siempre me ha gustado leer la nota roja, más cuando sacan datos sobre las armas o sobre los delitos porque leer eso me gusta".

"Entré al Ejército en el 2002, ahí leía *Metro*. No aprendió esto ni en mi casa, cómo... si mi papá no sabía leer. Pero ahí se me quedó el hábito. Ahora, leo todas las mañanas, después de desayunar, me compro el periódico, lo compro todos los días, y vengo a leer aquí (el Jardín Guerrero) porque es un lugar tranquilo donde nadie te molesta".

La lectura de la prensa está vinculada a sus experiencias de vida y a su rutina. "Mi historia es complicada. Yo venía de una familia muy humilde y entré al Ejército. Estuve allí desde que salí de la secundaria, el entrenamiento era muy duro pero nunca dejé de fumar marihuana. Un día, hubo una inspección, em encontraron la droga. El Ejército lucha contra la droga y yo tenía. Entonces, me dieron de baja sin derecho a algo. En mi casa me corrieron y llegué a vivir a Querétaro. Aquí no tengo casa, vivo en la calle. Entonces, todos los días, desayuno algo, gano para vivir, y luego me compro el periódico para leerlo, después me voy a trabajar, pero no lo puedo tirar porque con el respeto que se merece, es mi papel para el baño".

Los periódicos que suele comprar son *Diario de Querétaro* o *¡Pásala!*: "Y no me deshago de ellos, no los tiro, los traigo todo el día porque ahorita es cuando más leo pero después también los hojeo, por eso para mi nunca sería lo mismo leer el periódico en Internet. Es más, en Internet yo no leo el periódico, busco información... a lo mejor está más completa que en el papel, pero para mi Internet solo sirve para comunicarme con mi familia o buscar información".

"La diferencia entre leer el periódico en papel o en Internet a lo mejor no es mucha porque tienen la misma información... sobre balaceras, calibres... pero el periódico me sirve para leerlo y para otras cosas".

Un hombre lee *El Gráfico*. Se encuentra sentado, aun lado de otras personas quienes conversan. Es un lector mayor a los 56 años, es jubilado y no tiene estudios. Esto dificultó su acceso a la lectura porque sus papás eran analfabetos.

Se inició como lector a los 14 o 15 años cuando comenzó a trabajar como obrero. Primero, reconoció las letras y luego las relacionó una a otras hasta que aprendió a leer. "Mis papás no sabían leer, cómo iban a ayudarme, fue hasta que crecí y comencé a ser más independiente".

Desde la adolescencia es lector de prensa, por muchas razones, entre tantas porque cuando comenzó a leer fue revisando periódicos. Ahora, a sus 75 años, acostumbra a leer en los parques o plazas públicas. "Es parte de mi día, vengo aquí al Zenea a leer porque mi brinda tranquilidad para estar y leer *El Gráfico*. Es el periódico que he leído siempre".

Para el lector, el periódico debe leerse de principio a fin: "inicio por la portada y leo normal". ¿Cómo es una lectura normal? "Desde el comienzo, como un libro; hoja por hoja".

Aunque es lo único que lee, el periódico lo compra cada tercer día. Y lo lee de poco a poco, sin acabarlo a la primera. Y después lo tira a la basura. No lo comparte, "en la casa, soy al único que le gusta leer el periódico". ¿Fomentó este hábito de lectura entre sus hijos? No, soy el único que lee, no sé si no les guste o les parece aburrido.

Santiago de Querétaro, Qro. 23 de marzo de 2017

El Jardín Guerrero y atrio del Templo de Santa Clara

El dueño del kiosco de periódicos, ubicado en el atrio del templo de Santa Clara, lee *La Jornada*. Es un hombre de 52 años y estudió hasta el bachillerato. En su experiencia de vida, la escuela no significó un espacio donde adquiriera el hábito de la lectura. Por el contrario, el aprendió a leer con el periódico porque su familia siempre se ha dedicado a la venta de prensa.

"Mi papá nos enseñó a leer a mi papá y a mis hermanos, aprendimos con el periódico. A lo mejor, aprendí cuando tenía 5 o 6 años, así fue como aprendí a leer. Leía el periódico pero también historietas, cosas para niños".

Ahora, "pus estaba aquí leyendo porque estoy esperando clientes pero siempre leo en mi casa. Me gusta leer cuando estoy comiendo. Es muy rico leer y comer.... yo no tengo un horario para leer, yo leo todo el día. Leo *La Jornada*, *Esto*, son los que más leo".

"El periódico es como un libro, se lee de principio a fin. No vale adelantarse, de principio a fin. Así aprendí a leer, es algo que quise enseñarle también a mi familia, a mis hijos".

"Yo nunca he leído el periódico en Internet y no creo hacerlo. El periódico se puede guardar. Tengo guardadas notas importantes, de fechas importantes. Y cuando no es así, puedo decir que el periódico sirve para muchas cosas".

En el atrio del templo de Santa Clara, una mujer lee el periódico. Tiene 67 años, es una maestra de preescolar ya jubilada. Tiene formación universitaria.

Para ella, la escuela y el hogar son espacios donde aprendió a leer y recibió fomento a la práctica de lectura. "En mi caso, lo primero que leí fue el periódico. Mi papá siempre lo compraba pero a mi y a mis hermanos nos daba cuentos, historietas. El compraba su periódico y a nosotros nos compraba algo para leer. En la escuela leíamos, leíamos libros, escribíamos pero no leíamos periódicos".

"Tengo dos espacios por excelencia para leer: la plaza, aquí donde estamos, y en la casa, tu casa, tengo una biblioteca y ahí invito a los niños de la calle a que vayan a leer. Yo nunca me casé, no tuve hijos, así que me gusta que vayan los niños a la casa, no los obligo a leer algo, ellos leen lo que quieren, un libro, un cuento, el periódico. Lo que quieran".

La maestra lee al medio día y en la tarde, en sus momentos de descanso: "ahora que estoy jubilada, procuro salir un rato de la casa, y vengo a leer aquí, pero en la tarde sí leo en mi casa. Comienzo a leer los titulares y leo lo que me interesa, noticias locales o nacionales. Leo casi todo. Lo que nunca leo, ni por error, es la sección de sociales. No me interesa la vida de los demás, que la gente haga lo que quiera y los ricos también, si se casan o se divorcian, eso no me interesa".

"Me gusta leer el *Diario de Querétaro* o *Noticias*, lo compro todos los días porque me informo de lo que pasa. No soy de las que guardan el periódico, yo lo tiro a la

basura... no creo leer el periódico en Internet porque para mi no es sano, tengo problemas de la vista y la luz de la pantalla no me gusta".

Las prácticas de lectura de información noticiosa son diversas. Un lector, de 26 años, con formación universitaria (Ingeniero en Telecomunicaciones), prefiere consultar contenidos periodísticos solo en redes sociales "no leo periódicos, ni en papel ni en Internet; no aprendí ni en mi casa y tampoco en la escuela".

No obstante, acepta que sus padres y sus maestros fomentaron en él el hábito de la lectura, a través de cuentos, "de niño leía cosas que corresponden a esa edad y ya como adolescente, leí novelas y lo hago hasta la fecha".

A pesar de que no se declara lector de prensa, "sí estoy al tanto de las noticias en Facebook, principalmente. Tengo la cuenta de la *BBC*, *CNN*, *El Financiero* y *El Universal*. En general, no le dedico mucho tiempo. En mis ratos libres, reviso Facebook y me entero pero solo leo los titulares, muy pocas ocasiones doy 'click' para ver la noticia. Creo que la ventaja de leer en redes sociales es que puedes enterarte de algo de manera breve, sin detalles. No es el objetivo de las redes sociales".

Los espacios que dedica a la lectura de información noticiosa son su casa y la plaza. Elige estos lugares porque es donde encuentra "calma. Cuando llego a mi casa es para descansar y cuando estoy en la plaza es porque salgo a comer y puedo quedarme un rato aquí para distraerme".

Por otra parte, El Ingeniero comenzó su actividad Facebook hace unos 8 años. No fue algo aprendido en mi casa o en la escuela porque me tocó... y me ha tocado vivir el surgimiento de plataformas y como lector de noticias, hace unos 5 años porque supe que había medios de comunicación que tenían sus cuentas de Facebook y para mi es más práctico informarme de esa manera".

Por supuesto, "no sería lector de periódicos impresos porque no aprendí a serlo. Pienso que eso se adquiere porque lo ves, en mi casa no se leían periódicos, se veía la televisión, los noticieros pero nunca vi que se comprar un periódico".

Santiago de Querétaro, Qro. 30 de marzo de 2017

Un día más, el Jardín Guerrero recibe adultos mayores, estudiantes de preescolar y primaria, trabajadores de las oficinas cercanas. Se trata de un espacio para la espera y para el tránsito de personas.

De fondo, las fuentes amenizan la estancia y hacen más llevadero el calor que comienza a sentirse. Hay una pareja de adultos mayores que lee *La Jornada*. Es una lectura minuciosa, atenta, que avanza página a página.

A unos metros, la gente entra y sale del kiosco de periódicos. Saludan a Lupita, la dueña del kiosco. Parece conocer a sus clientes, sabe cuándo se acercan a comprar el periódico, la revista o bien, cuando solo quieren el encendedor prestado.

Esta ocasión, la plaza tiene dos tipos visitantes: las religiosas, quienes promueven la palabra de Dios y un par de mujeres que levantan encuestas sobre el consumo de medicamentos.

Personas llegan y se van. Otras, se sientan a fumar, a revisar el celular, a leer. Incluso, la lectura del celular es compartida, en familia. Una madre y sus hijas consultan juntas el teléfono celular, conversan y prestan atención a la pantalla.

Entre la dinámica, una pareja de lavacoches el "anuncio clasificado" de *Diario de Querétaro*. Uno al lado del otro. Él lee la sección policiaca. Ella, la nacional. Antes de seguir con su actividad, guardan el periódico en una bolsa.

Entonces, los interrumpo, pero solo ella presta atención mis palabras: “estoy estudiando las prácticas de lectura de la prensa, Usted está leyendo, ¿puedo hacerle algunas preguntas? Ella renuente, me cuestiona sobre si soy o no estudiante. Al final cede.

Ella tiene 32 años, estudió hasta el bachillerato y sus ingresos apenas alcanzan los mil 200 mensuales.

No recuerda haber leído el periódico con su familia. Aprendió a leer en la escuela, cuando iba a la primaria y recuerda que no leía libros: “yo no tuve cuentos ni esas cosas... yo aprendí a leer con el periódico pero cuando lo leí con más fuerza fue como a los 12 o 13 años... porque comenzaba a trabajar y eso leía... leí el periódico que fue

Ella prefiere leer en los parques o plazas públicas o donde sea que se encuentre el periódico. “Hay mucha gente que lee el periódico y lo tira a la basura; yo lo recojo y lo leo. Muy rara vez lo compro. Y lo leo cuando no tengo otra cosa qué hacer. Ahorita estoy esperando trabajo por eso lo estaba leyendo”.

Igualmente, se declara asidua lectora de la sección policía: “es la que más me llama la atención, ver accidentes, tragedias. Uno se entera de muchas cosas”. Posterior, a la lectura, “puedo compartir el periódico. Siempre hay quien lo quiera leer o lo guardo porque lo uso para limpiar los carros”.

Otra de las actividades económicas en la plaza es la bolería. Uno de los boleros que se apuestan en el lugar con grasa, tintas y periódicos lee *Diario de Querétaro*.

El bolero tiene 56 años, estudio solo la primaria. No recuerda leer el periódico con su familia, era imposible ya que sus papás eran analfabetos. “Comencé a leer el

periódico cuando trabajé como a los 20 años porque en la escuela si me enseñaron a leer pero libros, no periódicos”.

Para el lector, el espacio para leer por excelencia es la plaza, ya que “estoy aquí en mi trabajo; lo leo para descansar, en un rato que tenga libre entre las 8:00 am y las 2:00 pm que estoy aquí”.

Asegura leer por costumbre, suele consultar *Diario de Querétaro* y *Pásala*. “Leo desde la portada... hasta lo que alcance porque después me voy a mi casa y allá es más difícil leer. Compro el periódico todos los días, en mi casa lo leen mis hijos y después lo regalo a quien lo necesite; hay quien lo usa para limpiar, otros como leña”.

El bolero se siente distante de Internet y de los medios de comunicación digitales, en general: “no tengo Internet, cómo podría leer. No me interesa. Me gusta leer el periódico para enterarme de la nota roja, enterarme de los deportes, para saber de las tablas y estadísticas del futbol, para eso no necesito Internet”.

El Jardín Guerrero tiene acceso gratuito a la red y conexiones eléctricas para cargar las baterías de los dispositivos móviles. Por lo tanto, es común que hombres y mujeres de diversas edades tengan en la mano el teléfono celular, la computadora o una tableta.

Una mujer de 24 años, revisa con atención su celular. Su nivel educativo es el bachillerato, es madre soltera.

Todos los días llega a la plaza, debe esperar a que su hija salga del kínder. Entonces, se da tiempo de “ver” el celular. Es un aparato que necesita para estar comunicada: “es muy importante que yo tenga WhatsApp porque puedo hablar con mi familia... también necesito el teléfono para los trabajos de la escuela. Aquí hay Internet gratis entonces aprovecho para buscar información para mi hija”.

Es así que, para ella desde el celular puede consultar WhatsApp y Facebook; “lo uso para eso no para otra cosa”. Entonces, ¿solo está leyendo mensajes de texto o información en Facebook? “sí”.

No lee libros y periódicos muy poco. “Leo el periódico solo cuando busco trabajo, para llenar los crucigramas. Cuando estaba en la secundaria solía hacer trabajos con el periódico pero ahora ya no, aunque siempre se necesita para limpiar vidrios o para las tareas de los niños”.

Cuando adquiere el periódico busca *Diario de Querétaro* pero cuando no lo hace, se entera de las noticias a través de una página de Facebook, *Reporte Querétaro*.

Para esta madre de familia, el teléfono celular lo emplea para comunicarse a través de la mensajería instantánea y la búsqueda de información. El periódico significa un medio para buscar empleo, para realizar tareas o bien, para usos domésticos. Para los dos lectores de prensa de este día, el periódico es útil para acompañar los momentos de ocio y descanso. No obstante, es inevitable que, posterior a su consulta, la prensa se convierta en un instrumento para la limpieza doméstica.

Tequisquiapan, Qro. 3 de abril de 2017

Plaza pública de Tequisquiapan

En la tranquilidad de la plaza, un adulto mayor lee. Su sombrero le hace un poco de sombra a las páginas de *El Sol de San Juan del Río*. Es un hombre de 65 años, no tiene estudios y trabaja como jardinero en casas del centro del municipio.

Como no fue a la escuela por eso reconoce que aprendió a leer encontrando folletos y letreros. Identificando letras y asociándolas, en ese proceso el periódico representó una forma de acercarse a la lectura.

"No hace mucho que aprendí a leer, hace unos 25 años. Fue porque en la casa donde trabajaba me animaron a aprender a leer. Y leí cosas de corrido... y leí periódicos. Compró todos los días el periódico. Es un vicio. Voy a la casa donde trabajo, corto el pasto, riego las plantas. Luego paso al mercado a comprar mi periódico y vengo a la plaza a leer".

"Me gusta leer aquí en la plaza, no en mi casa ni en otro lado porque uno llega a su casa a hacer cosas, no ha descansar. Y aquí no hay hijos ni nietos que interrumpen".

"Cuando leo el periódico, lo leo de hoja a hoja. Para mí es un vicio, leo todas las secciones. Y después regalo el periódico, hay gente que lo usa para envolver sus flores, para limpiar, para lo que sea. Yo lo regalo".

Tequisquiapan, Qro. 18 de mayo de 2017

La plaza principal de Tequisquiapan se observa como siempre: tranquila, parsimoniosa. Es un espacio agradable, consideran que hay una temperatura de 33°C.

Frente a la iglesia, una ama de casa lee en su teléfono celular. Tiene 30 años, estudió hasta la secundaria. Hasta hace un año, el único contacto que ella tenía con el teléfono celular se caracterizaba por el envío de mensajes de texto (ahora, únicamente por WhatsApp), "el celular lo uso para buscar información e Internet, y es por las tareas de mis hijos, uno está en secundaria y otro en primaria. En la escuela les dejan tareas y yo les busco la información desde mi celular".

Entonces, el teléfono móvil es un material de apoyo para la educación de sus hijos. Y por lo tanto, solo hace este tipo de búsquedas durante la tarde.

“No me gusta leer... pienso que es porque nunca me fomentaron el hábito, nunca me llamó la atención. A mis hijos les digo que lean pero pues es difícil que lo hagan porque a mi no me gusta. Sí puedo decir, que lo único que leo es el WhatsApp porque yo casi no uso Facebook”.

Al otro lado de la plaza, un hombre espera a que llegue el bolero. Ocupó el lugar que le corresponde y hojea el periódico. Tiene 57 años y es comerciante. Solo estudió hasta la secundaria y se declara lector experto de publicaciones religiosas: “leo *El Observador...* o revistas católicas... *Actualidad litúrgica, Familia Cristina...* de periódicos solo leo *El Sol de San Juan del Río*”.

El lector hace esta descripción y se muestra apenado por estar leyendo *Pásala*, hasta hace unos minutos. Un medio de comunicación amarillista y sensacionalista con imágenes violentas y fotografías eróticas.

“Comencé a leer periódicos en familia. Mi papá leía el periódico a la hora de comer. Es muy relajante hacer eso. O leer en el tiempo libre. Por ejemplo, ahorita que me bolean los zapatos pero no este periódico, otro”.

El comerciante compra el periódico solo los domingos, “leo la portada y luego me voy a los artículos que me interesan... como los de familia o la opinión del Papa. Como me gusta leer cuestiones religiosas para mi sería un pecado tirar el periódico. Yo nada más lo archivo o lo comparto”.

“En mi caso, solo leo cosas en papel... no podría hacerlo en Internet porque ni siquiera sé usar la computadora o Internet. Tampoco me interesa”.

Tequisquiapan, Qro. 19 de mayo de 2017

Ya es viernes, la plaza pública tiene más movimiento, se ha vuelto más dinámica con la llegada de turistas.

La gente conversa, juega, camina. Mientras, las boquerías atienden sus clientes, quienes leen el periódico *Pásala*. En la plaza, comienzo a coincidir con lectores que ya he entrevistado, lo cual me habla de una rutina de lectura tanto en tiempo como en espacio.

Un cliente de la boquería se niega a leer *Pásala*, es un hombre “bien vestido”, de unos 30 años. Es el único que rechaza el ejemplar. Mientras, en las otras boquerías hay un hombre esperando su turno para replicar el ritual: saludar, sentarse y tomar el periódico.

Al fondo, un lector se ubica cerca de la cafetería *La Charamusca*. Me acerco a entrevistarlo.

Es un hombre 54 años, con maestría, es profesor de universidad, articulista y ha sido funcionario público. Todo este desempeño en Tlaxcala, estado de donde es originario.

“Tengo el hábito de leer el periódico todos los días. Leo *El Universal*, *Reforma*, *Milenio* y *El Sol de Tlaxcala*... es un hábito que aprendí de mi papá. Y para mí es algo muy necesario porque el periódico contiene información útil para conversar, para iniciar una clase, para construirse una opinión”.

Los sitios donde acostumbra a leer es su casa o bien su restaurante: “en cualquiera de los dos lugares, mientras yo esté tranquilo y con ganas de relajarme”. En este sentido, el periódico le significa un recurso también para el ocio.

Aunque es un lector asiduo no adquiere todos los días el periódico: “vivo muy cerca de la hemeroteca, así que voy y leo todo lo que quiero, gratis. Aunque siempre es importante comprarlo. En casa empleaos el periódico para leer, limpiar vidrios y para venderlo. En casa, se apila y cuando se juntan unos 200 kilos, lo vendemos en el mercado local. Lo compran para envolver la fruta o las flores”.

Por otra parte, “no suelo leer periódicos en Internet sino páginas informativas, particularmente de política, como *Cuarto de Guerra* pero eso de leer en Internet es un hábito que adquirí hace unos 8 o 7 años”.

Tequisquiapan, Qro. 1 de junio de 2017

La plaza pública de Tequisquiapan recibe a transeúntes, turistas, gente local, comerciantes. Un sol resplandeciente marca las actividades en el lugar.

Esta ocasión, hay tres boquerías a la orden. Cada una con sus respectivos clientes, unos esperan, otros conversan y por supuesto, leen *¡Pásala!*. Una postal habitual.

Después de observar la plaza pública, los mismos lectores, transeúntes. Los mismos grupos de amigos vuelven a coincidir. La gente se encuentra, se expresan saludos cordiales. Es un municipio pequeño y esto hace que la gente se salude con familiaridad. Algunas parejas de novios coinciden.

Me pregunto sobre los lectores de periódicos digitales. Conforme avanza el trabajo de campo, estoy convencida que no se encuentran en las plazas públicas. En estos espacios, la gente con el teléfono celular ha revisado mensajería, Facebook, consulta información pero no suele leer el periódico digital. Salvo un caso que ubiqué en Querétaro. Sin duda, reflexiono que “si la gente no lee periódicos impresos o no los

leyó, con menos razones leerá el periódico digital en su celular”. En alguna ocasión, Raúl Fuentes ya lo había señalado.

Enseguida, observo a mi alrededor. Esta ocasión, llama mi atención una mujer que no ha dejado el teléfono celular por ni un minuto. No es una mujer elegantemente vestida. Por el contrario, viste una falda y blusa negra, unos zapatos mancados de polvo. En su mano, tiene el celular.

La interrumpo, le explico que estoy desarrollando un trabajo académico y que ella puede ayudarme respondiendo algunas preguntas. Ella acepta desconfiada. Inicio con las preguntas habituales. Más tarde, abordamos su historia de vida como lectora.

Es una mujer de 47 años, está orgullosa de haber terminado la secundaria. “Acabé hace poquito, unos dos meses”. Trabaja vendiendo flores porque se encuentra desempleada; comúnmente se desempeña como recamarera.

Ella se declara usuaria del teléfono celular desde hace cinco años. “No hace mucho que aprendí a usarlo. Mis hijas me enseñaron porque yo no sabía cómo”. Cuenta que estaba revisando sus contactos, número de teléfonos de señoras con quienes ha trabajado. Por el momento, está desempleada y necesita un ingreso.

Entonces, “yo uso el celular para hablar con mis hijas, para estar comunicada con ellas porque se van a la escuela y ya no las veo”, cuenta la lectora, quien -además- comenta que se informa a través del sistema de mensajería instantánea.

“En mi celular, siempre lo uso para llamar pero también leo los mensajes de noticias. Los leo en la tarde cuando estoy descansando”. ¿Además de informarse a través de mensajes, de qué otras formas se entera de las noticias? “Después de eso, leo periódicos como dos veces al mes”.

Sin embargo, la lectora diversifica sus prácticas de lectura informativa. Aunque breves son diferentes: ella habitúa a informarse desde la mensajería instantánea que recibe en su celular; todos los días. Enseguida, lee cuando pasa frente al puesto de periódicos. “Solo lo que alcanzo a ver”. Y finalmente, adquiere el periódico dos veces al mes. “Compro *El Sol de San Juan del Río*, a veces lo compro más seguido, depende si me quiero enterar de algo que pasó”.

Cuando la lectora se interesa por información específica es por la nota roja. “A veces me interesa saber de los accidentes o de pleitos, gente que detienen; me llama la atención porque luego sale gente que uno conoce”.

Para ella, el periódico es un medio de comunicación que no puede tirarse o desperdiciarse. “Sí compro el periódico dos veces al mes pero no se tira. Lo compro, leo y lo dejo en mi altar, donde tengo mis santitos. Allí pasa, mi esposo o mis hijas y lo leen pero lo vuelven a dejar ahí. Ya después de días, lo guardamos porque mis hijas lo usan para hacer tareas, para recortar, para forrar sus libretas. No podemos desperdiciarlo. Mis hijas le echan ganas a la escuela”.

Aunque terminó recientemente su secundaria, considera que es importante leer: “yo aprendí a leer a los 8 años, cuando estuve en la primaria y aunque apenas terminé la secundaria, siempre he sabido que es importante leer libros, cuentos, lo que sea es importante. Yo no leo por decir, libros pero cuando mis hijas fueron a la primaria pues leía un poco más por sus tareas pero luego ellas me ganaron, supieron más que yo...”

“Ahora que estudié, ellas también fueron como mis maestras porque me explicaban cosas que yo no sabía. Tengo tres hijas dos acabaron la prepa, la más chica está estudiando también la prepa pero con contabilidad”.

Su regreso a la escuela, la invitó a leer más: “En Prospera, nos piden que estudiemos, que quienes no tengamos estudios los hagamos por eso hice la secundaria en el INEA, me dicen que siga pero a mi edad, es más difícil y cuesta más trabajo. Y con las tareas yo tenía que leer, a veces no entendía, a veces me ayudaba la maestra o mis hijas”.

¿Alguna vez le ha llamado la atención leer periódicos en Internet o usar Internet? “Nunca porque en la casa no hay Internet y nunca hemos tenido dinero para una computadora. Una de mis hijas estudió computación, siempre gastamos mucho dinero en que ella fuera a un *cyber* pero nunca pudimos comprarle una computadora. Eso no es para mí”.

Los ingresos que ella percibe al mes pueden llegar a los 2 mil 500 pesos. Mientras, su esposo se dedica a la venta de ladrillos en la comunidad de Bordo Blanco, a unos 5 kilómetros del centro de Tequisquiapan. En su opinión, los ingresos de la familia no son los suficientes para hacerse de dispositivos móviles, para contar con acceso a Internet y de esta manera a otros contenidos informativos. Incluso, no representa una prioridad.

Tequisquiapan, Qro. 2 de junio de 2017

Un día más, la Plaza pública de Tequisquiapan recibe transeúntes, turistas, comerciantes, parejas de novios, grupos de amigos, estudiantes. Es un día de feria, la gente disfruta del lugar donde se hace fotografías, comparte y disfruta un tiempo de relajación.

Al parecer, no es parte de la cotidianidad ver a la gente leyendo los viernes. Al contrario, es menos visible la lectura de prensa.

Algunos estudiantes han salido pronto de sus actividades académicas. Cada cual se identifica por el uniforme. En la plaza, hay cuatro adolescentes, sus edades entre los 16 a 15 años, son alumnos del CBTIS 145, se ubica en San Juan del Río, un municipio cercano.

A pesar de que ellos estudian en esta institución, son originarios de Tequisquiapan, de Ezequiel Montes y de San Juan del Río.

Son cuatro estudiantes, que conversan pero con el teléfono celular en la mano. El primero de ellos tiene 16 años, él explica que desde los 13 años es usuario de las redes sociales virtuales y de los dispositivos móviles. El segundo: 16 años; en su caso, desde los 5 años considera que es usuario de los espacios digitales y del teléfono celular. Una joven de 16 años, relata que comenzó a usar ambos instrumentos tecnológicos a los 11 años; mientras que, la última: joven de 15 años, relata que a sus 12 años se inició en el ámbito de las tecnologías digitales y móviles.

Hay elementos en común entre los estudiantes: a todos les regalaron un teléfono celular, el obsequio vino de parte de un miembro de la familia (la madre, el hermano, la madre y el padre, respectivamente).

Sus primeras aproximaciones al teléfono celular fueron con incertidumbre, no conocían el manejo del mismo. Sino que aprendieron a “prueba y error”, explorando el dispositivo, así como las aplicaciones y plataformas a las cuales se tiene acceso desde el mismo.

Sin embargo, para que usen el teléfono celular (un aparato al cual se siente más cercanos por encima de la computadora, las tabletas, etc): “para WhatsApp y Facebook”, expresa uno de los estudiantes y el resto apoya esa respuesta.

“Yo no puedo dejar el celular ni un rato porque siento que necesito informarme, no de noticias; más bien, de mi círculo de amistades, de las novedades, de lo que hacen los demás”, relata una estudiante de preparatoria (16 años).

Uno más del grupo confirma esta respuesta “el teléfono es adictivo, yo estoy ansioso si no lo tengo, pienso que en estos momentos, chavos de nuestra edad necesitan traer el celular para sentirse bien, para estar comunicados, para enterarte de lo que hacen tus amigos”.

Entre ellos, coinciden que en la escuela no habían fomentado el uso de los teléfonos celulares como recursos pedagógicos hasta que ingresaron a la preparatoria: “muchos maestros tienen grupos de WhatsApp, nos envían las tareas o nos recuerdan lo que tenemos que hacer. Por ejemplo, nunca pensé que los maestros usaran el celular para eso, o el WhastApp”, expresó uno de los estudiantes.

Sin embargo, ¿emplean el teléfono celular para conocer información noticiosa”. Entre los casos. El primero de ellos: “desde Facebook consulto *El pulso de la República* y *Nopal Times*, son plataformas de noticias que puedes ver desde Face o desde Youtube. Las conocí porque también me gusta ver Youtube. Allí me entero de lo que pasa, que si Trump se salió del acuerdo climático, si habrá elecciones, de todo eso”.

No obstante, el estudiante afirma que: “no compro el periódico, nunca lo hago pero sí aprendí o me hice la costumbre de informarme porque mi papá se informa, él compra *El Sol de San Juan del Río*. Él nos inculca a mí y a mis hermanos que debemos

leer información cultural, periodística... pero yo nunca compraría un periódico, para qué, si en un periódico la información está limitada; en redes sociales, te enteras de más cosas, hay más libertad de expresión”.

El segundo estudiante expresó: “yo tengo en mi Facebook una página que se llama *Noticiero de Tequisquiapan* y *El Sol de San Juan del Río*. Y me entero de información por lo que la misma gente publica en Facebook. Tengo estas páginas para estar informado, yo soy de aquí, de Tequisquiapan pero mi hermano vive en San Juan, entonces así me entero de lo que pasa allá, para saber qué le puede pasar a mi hermano. Tampoco compro periódicos porque es más libre la información en redes sociales”.

Mientras, la joven de 16 años, comentó que ella no tiene cuentas de información o no sigue periódicos o medios de comunicación en redes sociales. “Se escucha mal pero no me interesa estar informada, no tengo cómo enterarme. Sólo mi papá compra *El Sol de San Juan del Río* pero lo compra como una vez cada dos meses, para distraerse un domingo o porque quiere enterarse de algo pero no es diario. Aunque mi papá lo compra, yo no lo leo. No me llama la atención”.

La otra joven, a sus 15 años, expresó que tampoco lee periódicos, “solo tengo en mi Facebook, *Pulso de la República* y *Gente de confianza*. Igual, las dos cuentas también tienen cuentas en Youtube. En mi caso, me gusta ver Facebook pero también videos. Sí entiendo que mucha gente se informa desde el periódico pero también, tienes la opción de informarte por otras vías, yo sé que Donald Trump canceló el acuerdo contra el cambio climático desde Youtube, a lo mejor, alguien se enteró por el periódico, por la tele o lo escuchó en la radio”.

En el caso de estos jóvenes, sus fuentes de información noticiosa dependen de las plataformas digitales y de los dispositivos tecnológicos móviles. En su caso, la relación con la prensa se presenta, por algún familiar. La escasa aproximación que tienen con los diarios impresos es por el padre. Incluso, esta figura es la encargada de transmitir el hábito de “infomarse”.

Tequisquiapan, Qro. 5 de junio de 2017

Inicio el trabajo de campo en la plaza de Tequisquiapan. A los ojos de la investigadora, comienza a encontrar saturación. Entonces, comienzo a hacerme preguntas: ¿puedo definir esta plaza?, ¿qué función tiene?

La plaza pública de Tequisquiapan es un sitio para la convivencia, donde convergen y transitan locales, turistas, comerciantes. Sin distinción de clases para su tránsito; sí para su ingreso/acceso a cafeterías y comercios.

Es un espacio que, igualmente, lo usan lectores de publicación amarillista o de información deportiva, o general.

Posterior al medio día, transita estudiantes, de todos los niveles educativos, de instituciones públicas y privadas; también hay feligreses que ingresan a la Iglesia.

La feria del Queso y el Vino ha terminado, quizá por esta razón la plaza se observa más aletargada, lenta, calmada. Como quien despierta después de un día jolgorio.

Las boquerías están disponibles para ofrecer sus servicios, dos hombres (60 a 70 años) lee *¡Pásala!* Cruzan algunas palabras sobre la jornada electoral (para el tema obligado del día), también dan su punto de vista sobre la feria, los “pros y contras” de

este evento: “muchos borrachos, mucho desorden, poco espacio para que la gente del pueblo disfrute este evento”.

Entre la gente que transita, aparece un lector. Tiene el periódico en la bolsa de su pantalón. Camina con ayuda del bastón, se sienta. Toma el periódico *El Sol de San Juan del Río* y comienza a leer.

Mientras el lector avanza entre las páginas. La vida de la plaza avanza con calma. Es lunes.

4 de agosto de 2017

Después del periodo de observación y de una aparente saturación. Comienzo a emplear otras herramientas para el trabajo de campo: entrevistas semiestructuradas a lectores de prensa en espacios privados, su casa.

Realicé entrevista a un zapatero, a un agente del ministerio público y a un lector del periódico católico.

74 años, preparatoria; zapatería

¿Cuándo era niño sus padres leían el periódico con Usted?

No

¿cómo fue que inició a leer el periódico?

En la juventud no había periódico en Tequisquiapan... pero cuando había periódico aprovechaba para leerlo. Yo tengo un hermano periodista, nada más que ya está jubilado.

Así que por medio de él fui aficionándome al periódico. Aunque, primero, leíamos comics, revistas historietas y eso. Después empezamos a leer periódicos

¿qué edad tenía cuando comenzó a leer comics?

12 años... yo creo

Soy de Tequisquiapan, mi hermano... deja Tequisquiapan para estudiar... y empiezo a leer periódicos porque empiezan a llegar de Querétaro. Entonces llegaba el periódico El Amanecer, lo que es el Diario de Querétaro, antes era El Amanecer, te hablo quizá de los años cincuenta... 58... o 57... por ahí... el periódico llegaba todos los días, a eso de las ocho de la mañana o más tarde.

¿Qué temáticas le han interesado?

Siempre he leído periódicos deportivos y política, son los temas que más leo...

Mi hermano se llama Juan Trejo... mi hermano trabajó en El Amanecer y después, en Diario de Querétaro.

Mi hermano trabajó muchos años allí... como lector tuve muchos acercamientos al periódico... empecé a leer periódicos a una edad más grande, quizá unos 18 años pero porque me interesaban otros temas... por ejemplo... nota roja...

Me interesa leer deportes y política porque son los temas que me gustan.... Claro que leo lo demás, pero es lo que me gusta. La nota roja y sociales, por supuesto que les "echo un vistazo" pero no me concentro en eso.

¿por qué dice que sus padres no le fomentaron el hábito de leer periódicos?

Bueno, nunca fue su propósito. Mi madre era ama de casa y mi papá era el administrador de correos pero ellos no tenían el hábito de la lectura. Insisto, aprendí el hábito por la relación con mi hermano... porque él escribía.

El periódico llegó a la casa por mi hermano pero aún así, no fue un hábito que adquirieran mis padres

¿la escuela... qué tanto lo motivó a leer prensa?

Quizá hubo una actividad u otra que me acercara a la lectura de prensa pero no fue a partir de allí, fue fuera de la escuela, en la dinámica de relación con mi hermano. O ya más grande, entre mis amigos, uno lee el periódico y puede platicar qué pasó, quién ganó el partido, quién perdió... pero esa ya es una dinámica con los amigos.

Soy lector del Diario de Querétaro y antes de El Heraldito... pero ya no, sólo El Diario pero tampoco lo compro diario, para mí es importante leer completo, termino de leerlo en unos tres días... leo el periódico de principio a fin; por eso sólo lo compro cada tercer día.

¿En qué momentos lee el periódico?

Lo leo a lo largo del día, durante todo el día, mientras atiendo la zapatería, en mis ratos libres leo el periódico.

Siendo honesto... ¿después de leer el periódico, qué hace con este?

Pues lo desechamos, lo regalamos... nunca a la basura... siempre se le dá una utilidad, a veces lo regalamos a personas que recolectan carton. O a veces viene una señora que hace muñequitos de papel maché, y le regalamos el periódico pero nunca se va la basura. Siempre tratamos de darle una utilidad.

En el hogar, se usa para limpiar, para labores domésticas.

¿le llama la atención leer el periódico en Internet?

La verdad no... y puedo afirmar que es cuestión de época... a mí no me tocó esa época. La tecnología ni la uso porque ya me rebasó, no la puedo ni sé utilizarla... pero esto pasa como con los libros... se publicitó mucho el libro por Internet pero los libros impresos siguen y creo que con mayor auge... pero que yo también me sienta distante de la tecnología es algo actual porque no soy el único, hay más personas como yo...

porque desconozco la tecnología pero sí puedo aproximarme a un libro, a un periódico... eso sí lo puedo hacer.

Mi esposa sí preparó un poco más, fue a tomar un curso de computación, tiene su computadora. A mi no me interesó.

Para mi es importante el periódico como fuente de información, no creo que tenga la verdad absoluta, es una forma de pensar del periodista. Muchas veces los periodistas también se equivocan pero sí le doy crédito.

No fomenté el hábito de leer periódicos ni libros en mi familia, cada quién tiene sus intereses... pero cuando compro el periódico, se queda en un lugar de la casa (la sala, el comedor)... allí lo lee mi esposa, alguno de mis hijos. Eso te permite el periódico, leerlo y platicar lo que uno lee con los otros, en una reunión social. Es importante saber qué pasa no sólo para tomar decisiones sino hasta para comentar con los amigos. En general, a mi me gusta estar informado.

José Manuel Mejía Rosales. 51 años. Preparatoria. Servidor público (1992 a la fecha; seguridad pública).

Empecé a leer periódicos en internet, desde unos 7 años a la fecha. Leo el Noticias, el Diario de Queretaro; el sol de san juan. Leo periódicos locales... no leo periódicos deportivos sino de información general. Me interesa mucho leer información de sucesos, principalmente por mi trabajo. También leo El Sol de México.

¿cómo empezó a leer el periódico?

Yo lo inicié a leer, primero por prensa escrita, por mi trabajo... cuando comencé a trabajar, en 1992. Pero cuando ya hubo posibilidad de leer por Internet, también lo hice. Sí tengo un interés por leer la información del mundo.

Pero previo a mi trabajo, aprendí a leer el periódico en casa.... En casa lo leía mi papá.

Mi mamá se dedicaba al hogar y mi papá era obrero. Él llevaba el periódico a la casa. A mi papá le gustaba leer noticias, le gustaba leer política. Mi papá siempre leía El Sol de San Juan. Mi papá leía en el pasillo de la casa porque no teníamos sala... y bueno, así empecé porque yo ojeaba el periódico, después de que mi papá lo leía.

Y así me fui formando el hábito... y sí mis hijos leen el periódico pero no es común el hábito en ellos pero si traigo el periódico, ellos si lo leen (no tiene el hábito de comprarlo, lo compro yo).

Yo leo el periódico completo pero inicio por lo más interesante... para mí es más interesante los sucesos. En mi caso, mi principal fuente de información es el periódico... habitualmente compro Noticias.

La tecnología está muy avanzada, es muy diferente leer en Internet y leer un periódico en físico. En mi opinión, ninguno es mejor que otro; la diferencia es el soporte.

Pero en mi trabajo, aprovechamos para comprar el periódico y lo compartimos. Para mí es importante porque recupero información de algún acontecimiento, para estar informado, para conversar con los compañeros.

¿Qué hace con el periódico?

Lo utilizo para envolver cosas o para lo que me sirva, para lavar mi carro, para limpiar. O también, recorto lo más interesante, tengo no un archivo pero sí recuerdos de lo que ha acontecido en la vida o dentro de lo que es mi trabajo. Inclusive, he salido yo en el periódico, en fotografías.

¿Ha guardado archivos de Internet? No, en Internet no pero en el periódico escrito sí tengo recuerdos, lo más valioso que yo me haya encontrado en el periódico.

El periódico impreso sí me permite guardar los recuerdos... suelo guardar los hechos más relevantes, por ejemplo... accidentes de tránsito, fallecimientos de mis compañeros, acontecimientos muy significantes para mi persona. Y todo lo guardo en un sobre...

“Tengo la hipótesis que en los ámbitos donde se lee más la prensa es entre los taxistas, los policías, los agentes de tránsito... ¿cree que estoy en lo cierto, sus compañeros leen periódicos?

Por supuesto que sí, cuando uno inicia la rutina, lo primero que hace es comprar el periódico. Prácticamente la mayoría se entera por la prensa, es más fácil comprar un periódico y leerlo a lo largo del trabajo, que leer en Internet.

Yo suelo leer el periódico en mis jornadas de descanso pero también y con mucha frecuencia, en mi jornada laboral porque la información es parte de mi trabajo. Yo necesito saber.

De hecho hay una relación entre Cruz Roja, Protección Civil, Tránsito... hay una relación muy estrecha con la prensa... es muy común que se vincule la información. Y muchas veces, frente a un accidente es muy difícil que la información no se filtre.

Y todos esas notas que se han publicado donde mi trabajo es relevante, o donde hay una situación muy cercana a mi, la recorto, la agrego a mi archivo... no es un archivo que yo tenga a la vista sino que guardo, atesoro, y que está en mi habitación.... Son fotografías recortes.

En estas fotografías (del 2006) estamos abanderando un accidente, en algunas fotografías salgo, en otras algunos compañeros....

Empecé a leer periódicos deportivos... Leía El Esto, yo era asiduo lector... empecé a leerlo como a los 20 años. Había otro periódico que me gustaba era Ovaciones. Tenía una buena sección deportiva, aunque incluía información general.

Leía Esto y Ovaciones... comencé a leerlos por curiosidad, leía las notas deportivas o información general pero era por curiosidad... pero -me parece- que frente a la televisión, el periódico perdió presencia.

Es algo que yo percibí porque -de pronto- ya toda la información estaba en la televisión. Cuando yo era joven en mi casa se leían periódicos pero diferentes a los que yo leía.

Se llamaba El Nacional, y mi papá lo compraba diario; mi papá era tranviaria, del servicio de tranvía en México. Él manejaba un tranvía, luego manejó un trolebús.

Mi papá tenía la suscripción a El Nacional, así que el periódico nunca faltó en casa. Era un periódico que traía de todo. No puedo decir que mi papá fomentó en mí un hábito de lectura pero sí puedo decir que el periódico siempre estuvo en mi casa.

El periódico se ponía en la sala, era un espacio sencillo, y ahí estaba el periódico. Y ahí llegábamos todos, y si alguien tenía la curiosidad de leer una nota, ahí estaba disponible para todos.

No éramos una familia numerosa, éramos cuatro hermanos, mi papá y mi mamá. Nunca compré el periódico porque siempre estuvo en casa.

Ya a los 20 empecé a leer El Esto y yo lo compraba. Todo deportivo. Fue más o menos cuando empecé a trabajar como tejedor, trabajé en esa actividad por más de 25 años pero después perdí el hábito por leer periódicos deportivos.

Ahora, leo un periódico católico que se llama Observador... se publica cada semana, lo compro en la Iglesia. Lo leo durante toda la semana, aunque también puede aportar artículos que me gustan. Por ejemplo, la palabra de Dios porque soy cristiano-católico. Además, soy lector, de aquellos que leen la palabra de Dios en la Iglesia, durante la ceremonia.

Tengo como 12 años leyendo el periódico El Observador... ya no leo periódicos deportivos porque en la televisión me entero de lo que quiero pero sí leo El Observador. Empecé a leerlo porque tiene artículos de la Iglesia, tiene textos interesantes... yendo a misa conocí este periódico. Lo leo los primeros días de la semana, lee con más atención la Palabra de Dios. Y cuando lo termino de leer lo llevo a la Iglesia, a la entrada de la Parroquia hay una mesa para que uno comparta textos... puede ser el periódico, puede ser un libro. Y entonces, la gente, las personas tiene la libertad de tomar lo que les interese y leerlo.

Esto en la Parroquia... entonces, compro el periódico, el domingo y luego... lo llevo a la Parroquia, los llevo a la semana. En esa mesa se ponen para que los tomen quienes quieran. Es una mesa alta, a la entrada de la Iglesia.

Guardo el ejemplar. Hay ejemplares con artículos porque tiene la Palabra de Dios pero reflexionada, porque a partir de eso también te lleva a conocer la Biblia. Yo no soy de esas personas que tienen la Biblia "alsadita sin que se manche" porque yo la uso, la leo. Y desde el periódico yo puedo comprender más, de qué trata la Biblia.

¿En en qué momento lee el periódico y la Biblia? Diario, leo el periódico y leo la Biblia. Los leo cuando tengo tiempo, en la tarde.

Soy el único que lee periódicos o el periódico católico pero sí les comparto lo que leo. Sí platicamos sobre eso, también puede ser que ellos (mi esposa o mis hijos) me pregunten...

Y pues nunca me ha interesado leer en Internet no tengo ni siquiera celular y si lo tuviera, probablemente, consultaría lo mismo que acostumbro a leer... temas de la Iglesia.

12 de octubre de 2017

Después de hacer revisiones. Diferentes lecturas. Veo necesario, muy necesario volver sobre los mismos espacios de observación. Seguir con las entrevistas en espacios privados. Confirmar y enriquecer observaciones.

Es jueves. 16:30 horas. Vuelvo a la plaza pública de Tequisquiapan a observar. Esta vez, llego a una de las cafeterías y desde este punto, decido observar.

La plaza se prepara, el fin de semana celebrará que Tequisquiapan cumple un lustro como pueblo Mágico. Mientras, en la iglesia se celebra una "misa de cuerpo presente". Afuera, hay un grupo de jóvenes que visitan el municipio, vestidos con su uniforme... se distinguen en el lugar.

En la cafetería. Una pareja de adultos mayores conversa sobre los amigos, la familia y la rutina del día. Acompañan el momento con café y pan. Apenas me acerco un poco más, saludo "buenas tardes". "Buenas tardes", responden con entusiasmo. Y me acomodo en la mesa de junto.

Desde aquí, observo. Mujeres indígenas caminan con sus artesanías y las ofrecen a los turistas. Múltiples actividades suceden a la vez. Los boleros conversan mientras esperan un cliente.

Esta ocasión, el chofer del tranvía no lee el periódico... revisa el celular.

La familia y amigos se retiran para seguir con los protocolos funerarios. Caminar hasta el panteón para despedir al difunto.

En una de las bancas, un hombre (50 a 60 años) lee *El Sol de San Juan del Río*. Inicia con la sección de información general y continúa con la policiaca. A su alrededor, un grupo de amigos conversan.

Después de que el propietario leyó el periódico. El ejemplar va de mano en mano entre el grupo de amigos. Leen, pausan y conversan.

¿Por qué se lee un periódico y no otro? Es urgente empezar a buscar formas o categorías de análisis: praxis, biografía, interacciones materiales, interacciones dialógicas, los medios representan...

Las mujeres indígenas en la plaza se distinguen por sus trajes típicos. Nunca lee el periódico pero sí usan el celular. Esto me permite pensar que hay formas en que la prensa incluye y excluye: ¿quiénes leen la prensa?, ¿cuáles son las fuentes de información de los grupos indígenas?

¿qué preguntas de investigación podemos plantear cuando relacionamos un medio de comunicación con el espacio público?

Un hombre canta en la plaza. ¿Quiénes se apropian de la plaza? No podemos negar que la dinámica se modificó cuando sacaron el comercio informal de la plaza.

La comerciante indígena, aun lado de sus mercancías, habla por el teléfono celular... habla en otomí.

Podemos pensar en grupos:

- Las prácticas mediáticas en los oficios.
- Las prácticas mediáticas de las profesiones.

-Las prácticas mediáticas religiosas.

-Las prácticas mediáticas *para* la vida cotidiana.

Casi las 6:00 pm. Un minuto antes, en la iglesia, las campanadas suenan para hacer escuchar el Ave María.

A mi lado llega una pareja (50 a 60 años). Él toma asiento, ella pide el café de ambos. No conversan, cada uno revisa el celular: Facebook y WhastApp... ven las redes sociales para pasar el rato. Algunos mensajes del grupo de vecinos.

El tranvía pasa por tercera vez. Su campana suena, para que los pasajeros digan adiós a los transeúntes.

6:06 pm

Un barrendero lleva el periódico en la bolsa del pantalón. Aprovecha para recoger, apenas, unas basuritas. Barre un poco, avanza. Enseguida, se detiene a leer *El Sol de San Juan del Río*.

¿Hay un vínculo entre el espacio público y el tipo de prensa que se consulta?

La pareja discute con discreción y se marcha: “Es claro que lo último que te importa es tu mujer”, dice la esposa.

Minutos más tarde, llega una mujer con un libro en la mano. Pide un café y se dispone a leer.

Tequisquiapan, Qro.13 de octubre de 2017

Es viernes, 5:30 pm. La plaza municipal está recibiendo turistas, además se celebra el quinto aniversario de Tequisquiapan como pueblo mágico.

Leí una tesis sobre los espacios públicos. Eso me dio otros “lentes” sobre cómo observar el espacio.

La plaza principal de Tequisquiapan se organiza en torno a la iglesia principal, dedicada a Santa María de la Asunción, construida con piedra, cantera y pintada con un rosa, característico a lo largo de su historia.

Frente, hay un kiosco, desde donde se desarrollan eventos culturales, turísticos, musicales, etc.

Alrededor, los portales donde se ubican diferentes comercios. Principalmente, cafeterías y restaurantes de comida queretana, mexicana e internacional. El costo del café ronda los 35 pesos, mínimo, para el caso de cafeterías. Mientras, los restaurantes tanto en el primer piso como en terrazas, el costo mínimo por el consumo de una persona ronda los 50 pesos.

Las administraciones municipales se han esforzado por “ordenar” el comercio: tanto los artesanos tequisquiapenses como los artesanos indígenas se han “reubicado” en carritos móviles, son estructuras pequeñas en las cuales se exponen artesanías de vara, mimbre, muñecas de trapo, piezas de barro. Incluso, hay carritos de madera con venta de dulces típicos. Incluso, hay un negocio de venta de juguetes y bromas, solo unos cuantos... para ser exacta... seis. El Ayuntamiento ya no ha aprobado u otorgado licencias para este tipo de comercios.

Cada administración municipal ha desarrollado su “control” sobre el comercio informal. Por ejemplo, en la administración priísta del periodo 2012-2015 se evitó que los niños indígenas vendieran productos o pidieran limosna. La administración actual del PVEM ha sido más tolerante con el tema.

Desde la mesa en la cafetería donde observo, aquí llegan tres niños: “Meda para un taco”, dice uno. “Me compra un café”, dice otro. Una niña que viene con ellos expresa: “me compra una servilleta”. A todos respondo: no.

Las clases populares han sido “expulsadas” de la plaza.

El espacio legitima el turismo de élite, el turismo “gourmet”.

Hay sectores populares pero “organizados y administrados”.

Esta conmemoración de pueblo mágico, “Festival 5 años de magia”.

En las boquerías hay dos hombres leyendo, uno de ellos de 50 a 60 años de edad; el otro de 20 a 30 años. Ambos leen lo disponible ¡Pásala!

En la Plaza, el comercio informal está “controlado y ordenado”. Hace unos años, uno de los espacios de la plaza estaba ocupado por “otros” comercios: tacos, antojitos, elotes, postres. Alimentos con precios más accesibles.

No obstante, con la declaratoria de pueblo mágico a los comerciantes de este espacio, “Plaza Santa Cecilia” se les movió con el pretexto de “mejorar y dignificar el espacio”. Enseguida, los comerciantes aceptaron pero nunca fueron regresados a su sitio.

Los comercios que hay ocupan la plaza, forman parte de un grupo de productores gourmet, artesanos y productores “orgánicos”, quienes son convocados en fechas especiales: puentes y eventos turísticos.



Hoy, la Banda de Música de Querétaro ameniza la tarde. Más de 150 personas los escuchan. El director de la Banda agradece la invitación al festival, explican en qué consiste su música e inician su presentación con La Marcha de Zacatecas. Aceptan que deben darse prisa, hay un evento “en frente” y no deben interrumpir. Se refieren a la misa de las 7:00 pm... para entonces, no debe haber rudo en la plaza.

Con la declaratoria de “Pueblo Mágico” también la plaza se rediseñó de manera que los ciudadanos se “apropian” del espacio público. Las jardineras se hicieron con una altura propia para fungir al mismo tiempo como bancas, por esta razón se dividieron los jardines.

En ese tiempo, también se desarrolló un control de fauna: la plaza tiene cantidades escasas de aves y perros. En su mayoría solo son visibles con correa, con el pelo cortado, bañados, con ropa, casi todos... perros acompañando a sus dueños. En la plaza se anuncian recorridos turísticos a los viñedos, a los ranchos de quesos.

6:30 pm. La primera llamada a misa. La banda solo tiene media hora para seguir interpretando. Los aplausos marcan el final de cada interpretación.

Avanza el tiempo y la plaza se llena de turistas. Aquí son visibles turistas, familias, parejas, indígenas, grupos de amigos, músicos pero no grupos de jóvenes como punks, darketos, entre otros

La banda necesita darse prisa, solo le quedan diez minutos. La misa inicia a las 7:00 pm y los feligreses son poco tolerantes con el ruido fuera.

Tequisquiapan, Qro. 14 de octubre de 2017

El huapango es la música de fondo. Turistas, familias, parejas ocupan la plaza. Son las 2:00 pm, los turistas toman vino, cerveza, helados, queso. *¿Qué nos dicen los alimentos que se consumen en la plaza sobre la identidad, la inclusión y la exclusión en el espacio público?*

Es un ambiente de relajación y de convivencia. Un poco bohemio, con sus dosis de cultural y de popular.

En cuanto al tránsito, hay espacio para los turistas y para las personas del pueblo.

¿Cómo viste un turista, cuál es el habitus del turista?

¿Qué distingue a un turista? Sus consumos en el espacio público son más costosos. Para una persona “de aquí”, el costo por bolear sus zapatos ronda los 20 a 25 pesos. Mientras, para los turistas el costo por pieza de zapatos ronda los 38 a 40 pesos. Además, de los costos por consumos en restaurantes, cafeterías y bares.

Un turista trae consigo una cámara, zapatos cómodos, sombrero, ropa ligera, vestidos, shorts, faldas, lentes de sol. Los turistas avanzan a paso relajado, se hacen

fotografías, se sorprende de los sabores, los olores y las prácticas. Compran accesorios decorativos: artesanías, piezas de mimbre.

A las 2:35 pm, un hombre de 20 a 30 años llega a la bolería. En este comercio, las lecturas son efímeras, su duración es igual al tiempo que el bolero tarde en lustrar los zapatos. En apariencia, no hay lectores de periódicos pero sí hay personas leyendo en su celular: redes sociales (Facebook y WhastApp). Mientras, sueña trova en vivo en la plaza.

Santiago de Querétaro, Qro. a 16 de octubre de 2017

Son las 3:00 pm. Vuelvo al Jardín Guerrero

¿Qué descripciones alcanzo a definir después de los comentarios realizados a mi trabajo, las lecturas hechas y la bibliografía consultada?

El Jardín Guerrero es la plaza pública de las diferencias: jóvenes, adultos mayores ocupan el espacio, al igual que trabajadores temporales se reúnen (fontaneros, albañiles), a donde llegan parejas homosexuales y también familias.

El espacio es diverso en cuanto a prácticas lectoras: hay personas revisando el celular, otras leen libros, periódicos.

Hay quienes incluso prefieren escuchar a The Beatles, a un volumen tal que la música se escucha a la distancia.

En el Jardín Guerrero, hay tiempo y espacio para fumar marihuana con “discreción” o “inhalar” sustancias.

Hay espacio para que los novios se encuentren, se besen, a pesar de la hora, a pesar del lugar. Hay tiempo para sentarse y ver a la gente pasar, para fumar pero nada que implique un consumo mayor. Alrededor, no priman ni las cafeterías ni los

restaurantes. Si acaso, una cafetería pequeña y un negocio de “gorditas de migajas” (platillo típico de la ciudad).

Una barrendera le informa a un par de turistas que pueden avanzar en su recorrido para visitar la ciudad. “En la siguiente calle hay museos: el del calendario. O a la izquierda, hay otro, el de los Conspiradores”.

En el diálogo no los invita a quedarse en el espacio. No les comenta que están frente al antiguo palacio municipal, que se encuentra la estatua de Vicente Guerrero. Se trata de simplemente “pasar a otros sitios”.

En el Jardín Guerrero no hay turistas, solo personas de “aquí”.

¿Qué plazas reciben a los turistas en el día a día?

Conforme transcurre el día, el espacio es usado por diferentes personas: adultos mayores, familias, niños, jóvenes.

Un hombre (60 a 70 años) lee *La Jornada*. Se trata de una lectura pausada, una página a la vez. Mientras, los transeúntes se detienen frente a uno de los kioscos de la plaza, leen los titulares y avanzan.

De pronto, otro turista (mujer, 50 a 60 años) se detiene para fotografiar la estatua de Vicente Guerrero y el Palacio Municipal. No obstante, avanza, tampoco está interesada en quedarse.

Tequisquiapan, 17 de octubre de 2017

5:30 pm. La plaza principal parece quieta. Hasta cierto punto, rutinaria: “lo mismo de siempre”. Observo desde la cafetería.

¿Qué puede cuestionarse en este panorama tan rutinario?

Bourdieu dice que estudiar lo cotidiano es complicado y complejo.

Un hombre (40 a 50 años) lee el periódico. Es *Record*, es una lectura pausada. Avanza una página a la vez.

Hasta el momento o mejor dicho, hasta las observaciones realizadas, la lectura de prensa se ha ubicado en un espacio de la plaza, principalmente: las bolerías.

¿Hay un espacio en la plaza destinado a la lectura de prensa?, ¿qué características tiene este espacio?

El periódico es un recurso para socializar.

¿Estas formas de convivencia entre amigos se replica en otros espacios?

Es martes, menos turistas pero aun así se ven algunos: interesados en hacerse fotografías, comprar quesos y probar vinos.

El tiempo transcurre y, poco a poco, llega gente a la plaza: familias, amigos, parejas.

Una pareja (20 a 30 años) llega a la bolería. El bolero, esta vez, limpiará los zapatos de ella, agradece pero prefiere no leerlo. En cambio, su pareja, mientras espera, lee.

El lector de *Record*, tras treinta minutos de revisar el diario; cruza los brazos y se destina a ver a la gente pasar.

Son las 6:00 pm y las campanadas de la iglesia lo anuncian: suena el Ave María. En la plaza, hay familias conviviendo, tomando helado, conversando. Transitan parejas, tanto heterosexuales como homosexuales. *¿Esto habla de la diversidad e inclusión del espacio público?*

A un lado del lector de *Record*, llega un acompañante, un hombre (50 a 60 años), lo saluda y toma el periódico. Conversan, guardan silencio y continúan leyendo.

A la cafetería llega un músico popular, ataviado con chaleco, camisa de cuadros y pantalón, sombrero, guitarra con una Pepsi en la mano, entra a la cafetería para comprar un pan; se sienta, se quita el sombrero y disfruta del pan con refresco. Conversa con la señora del estanco de dulces, la saluda el pero él se dispone a llamar por teléfono mientras come y bebe.

Es un teléfono sencillo, cuyas funciones básicas de llamar y enviar mensajes. Mientras a la plaza llegan más y más personas para la misa de 7:00 pm. El músico habla con su hija, él habla y en pocas ocasiones guarda silencio para escuchar por el teléfono: dice que no se siente solo, aunque lo está, que intenta comer en orden, aunque su hijo llega tarde, que está bien, aunque estaría mejor si estuviera acompañado.

Suenan las campanadas que anuncian el comienzo de la misa.

Tequisquiapan, 20 de octubre de 2017

12:00 horas. Es viernes.

La plaza va llenándose con gente oriunda y con turistas. Las dos boleterías atienden a caballeros.

Las cafeterías reciben a grupos de amigos; específicamente, adultos mayores.

¿la plaza, el espacio público, es ocupado por sectores de la sociedad diferentes, a lo largo del día?

Sí. Por la mañana, adultos mayores y niños. Por las tardes, familias, parejas, jóvenes.

Es el horario de salida para primarias y preescolar. Al tiempo que la plaza se ocupa de niños uniformados, con mochilas y útiles escolares. Una pareja de adultos mayores discute a mi lado.

De pronto, aparecen los mismos lectores que se dan cita para leer en la plaza. Los mismos visitantes: grupos de amigos, señoras que cruzan la plaza con sus hijos, personas paseando a sus perros. Es una rutina.

¿Qué representa este espacio?, ¿cada clase social se apropia de manera diferente de la plaza, del espacio público?

¿cómo se apropian los lugareños?

¿cómo se apropian las clases sociales?

Los de Tequisquiapan no se apropian de los comercios.

Entre las 12:00 a las 14:00 horas, la plaza se llena de niños. Una madre y sus hijos llegan a una de las boquerías. Pide que limpien las botas de su hija. La pequeña, con timidez, sube al banco. Aún es tan pequeña que sentada no alcanza a colocar sus pies en la base para el calzado.

El bolero prefiere que la pequeña se quite los zapatos.

Es la 1:06 pm, el grupo de lectores habituales pasan el periódico, de mano en mano, avanzan por las páginas a un ritmo lento. Mientras, interrumpen sus lecturas para conversar sobre las noticias: el fútbol y la nota roja son los temas predilectos.

En la iglesia. Entrando hacia la izquierda se apuesta la “mesa de publicaciones”. Este mueble recibe folletos, fotocopias o el periódico religioso, *El Observador*. Es uno de los

espacios predilectos para la divulgación de los medios impresos, comentó uno de los lectores entrevistados.

En la plaza suceden diversas prácticas al mismo tiempo: la iglesia abre sus puertas a los feligreses y a los interesados en las publicaciones religiosas. En la plaza, los boleros leen *La Prensa*. En las cafeterías, grupos de adultos mayores toman café y comparten. Frente, el grupo de lectores habituales se sitúan en las bancas públicas para leer y conversar.

¿Los turistas leen el periódico?

A través de las observaciones, puede inferirse que cada grupo social se apropia de la plaza de manera diferente.

Tequisquiapan, Qro. 21 de octubre de 2017

11:00 horas. Sábado.

Los turistas ocupan la plaza: cafeterías, restaurantes, pasillos. Revisan las artesanías, conversan sobre la rutina laboral, a pesar de esforzarse por sentirse relajados.

Es fin de semana y hay más bolerías en la plaza para atender y recibir a los turistas.

En las bolerías el periódico se lee: *Pásala, Record y La Prensa* son los que circulan entre los lectores.

Cuando unos sujetos leen, otros celebran bautizos, fiestas de quinceaños y bodas en la parroquia.

El grupo de lectores también se reúne en la plaza. Aunque, esta vez, un poco molestos, a quien le tocó comprar el periódico no ha llegado: “debió llegar temprano si le tocaba traer el periódico”, expresa uno de ellos.

Aunque no dejan pasar la oportunidad para conversar. En este caso, discuten el precio de los vehículos: “Son muy caros. Por muy barato que encuentres un carro... unos 30 mil pesos te sirven para comprar un carro... pero con esos 30 mil das el enganche para uno nuevo. Es pura especulación”, dice uno de los hombres reunidos. A lo lejos, alcanza a verse que el compañero camina con el periódico en la mano, *El Sol de San Juan del Río*. “Apúrate que era para hoy”, dice uno. Mientras, todos esperan impacientes.

Tequisquiapan, 22 de octubre de 2017.

1:00 PM. Domingo.

La gente sale de la Iglesia. Afuera circulan panfletos religiosos en contra del Halloween y se vende el periódico católico *El Observador*. Los feligreses recogen sus publicaciones y se retiran.

No obstante, frente a la parroquia hay una carpa del Movimiento de Regeneración Nacional, Morena. Sus militantes hablan desde el micrófono para difundir las ideas de su partido político, exponen sus proyectos e ideas para el país. Acompañan su discurso con periódicos gratuitos, la gente toma el periódico y si es el caso, se sienta a leer la publicación.

Es una lectura breve, comienzan con la portada y continúan hacia otras páginas. Un joven de 25 años lee la publicación: “leo porque me regalaron este periódico, para pasar el rato”. Termina de leer pero se lleva el periódico en el pantalón.

Entonces, en el espacio público circulan el periódico católico y la publicación política. Así de plural es la música que se escucha en la plaza: de un lado, jazz; en otro extremo, música banda; y al frente, marimba.

Tequisquiapan. 24 de octubre de 2017

Martes, 5:00 pm

Llueve y eso parece pausar la dinámica, en apariencia porque la gente se acerca a los comercios, a la Iglesia. Solo una bolería está dispuesta porque algunos comercios han cerrado.

Se siente frío y la lluvia, aunque tenue, marca la dinámica.

A la cafetería, llegan un grupo de amigas, se saluda con entusiasmo pero buscan otro espacio donde compartir la tarde.

A un lado, un turista se queja de “lo caro que es Tequisquiapan; todo es caro, la entrada a los viñedos, a las fábricas de queso, las botellas de vino y a las nueve de la noche... ya no hay nada; ¡yo no sé qué hace la gente de aquí!”.

6:30 pm, inicia el llamado a la misa. Y la gente, poco a poco, se acerca a la Iglesia.

6:37 pm, ha dejado de llover. Con el paso de los minutos, la gente transita con más frecuencia en la plaza. El espacio se llena de estudiantes, niños que terminan su jornada académica en las escuelas públicas del municipio.

Santiago de Querétaro, 25 de octubre de 2017

El Jardín Zenea. 12:00 horas. Miércoles.

La primera relación de los sujetos con el espacio es a través del celular.

¿Quiénes ocupan el espacio público?

Jóvenes, adultos mayores, boleros, parejas de enamorados.

A diferencia de la plaza contigua (El Jardín Guerrero), el consumo de drogas no es evidente.

¿Qué dicen los comercios cercanos sobre el espacio público?

Alrededor de esta plaza, hay bancos (Bancomer, Banamex) y tiendas departamentales (Del Sol, por ejemplo, entre otras) y restaurantes (VIPS). Y hay otras formas de comercio ambulante. Hay mujeres en la plaza tomando la presión, vendedores de dulces, frituras, incluso, promotoras de maquillaje. Entre ellos se saludan, saben que todos los días se encontrarán en el espacio público.

¿Por qué la lectura de nota roja es tan relevante?

Participo en la dinámica del espacio.

En esta plaza, en este espacio de tránsito, las personas no prestan demasiada atención a que observo y escribo.

Mientras estoy en la plaza observando. Dos promotoras de belleza me interrumpen para ofrecerme sus productos.

En las bolerías, un hombre lee *¡Pásala!*, El bolero es un sujeto joven, 25 años.

Mientras el lector espera clientes, lee.

A mi lado, un predicador: un hombre interrumpe a otro para hablarle de la palabra de Dios. Entonces, no solo comerciantes ocupan el espacio público lo hacen, al mismo tiempo, predicadores.

Frente a mí, se detiene una persona de la Escuela de Ciegos, promueve la compra de “bonos” para el financiamiento de la institución. Accedo a comprar uno porque conozco de la escuela.

Otro grupo que se apropia del espacio es el turístico. Guías de turistas a pie y en bicicleta acompañan a los visitantes. Narran la historia del jardín y del templo de San Francisco.

Observo la dinámica de los turistas cuando me interrumpe la Asociación de personas Mudas. Me piden donativos pero insisto en que ya aporté a la Escuela de Ciegos.

Vuelvo con los turistas; el guía narra que el sitio tiene influencia francesa, debido a que se reformó durante El Porfiriato.

¿Qué expresan nuestros gestos cuando leemos?

El tránsito de turistas que observo no es común en El Jardín Guerrero. Los boleros siguen a la espera, uno de ellos lee *Noticias*, esta vez, se centra en la sección de Sociales.

Ambos boleros tienen la mirada atenta, un poco “fruncido el gesto”. Su mirada avanza con lentitud a través de las líneas.

El periódico vuela un poco con el aire pero lo detienen y siguen leyendo. Uno de los boleros termina la sección de Sociales y continúa con el apartado de México, el relativo a información nacional.

Avanza unas páginas y se detiene en algunos apartados.

También esta plaza tiene conexiones de luz y acceso gratuito a Internet. Y a pesar del frío, la dinámica en la plaza no se interrumpe.

Tequisquiapan, 26 de octubre de 2017

2:00 pm. Jueves.

La plaza se viste de colores, se prepara para celebrar el Día de Muertos. Los turistas ocupan la plaza y los restaurantes reciben algunos comensales.

¿Quiénes permanecen aquí en el horario de la comida, por ejemplo?

¿Podemos decir que hay horarios de lectura?

La observación realizada señala que, durante las mañanas, entre las 10:00 hasta las 13:30 horas.

La mayoría son turistas, los de hoy. Turistas jóvenes, estudiantes.

Hay una compañía de reciclaje y fotografía que trabaja en la plaza. Entre las bebidas que más se consumen son el vino y la cerveza. Entonces, un grupo de jóvenes tuvo la iniciativa de recolectar botellas, hacer fotografías, imprimirlas inmediatamente y después, ofrecerlas a las personas fotografiadas, a cambio de una cooperación voluntaria.

Es esta agrupación la que aprovecha el espacio y el tiempo para retratar a los turistas. La gente transita, el clima es templado y generoso con la dinámica. Mientras observo la dinámica de los visitantes, desde los restaurantes suena salsa y cumbia en vivo.

Tequisquiapan, 29 de octubre de 2017

12:00 horas. Domingo.

La música del saxofón ameniza la dinámica en la plaza, el sonido es el dominante. No obstante, en un segundo nivel, se percibe el altavoz de la misa.

Se celebra la misa dominical del medio día.

En el espacio público, la mayoría de las personas tiene un celular en la mano, las personas que esperan revisan su Facebook y el WhastApp. Son las aplicaciones por excelencia en el espacio público.

El bolero lee *¡Pásala!*

¿por qué se lee ¡Pásala!?

En los espacios públicos también identifiqué lecturas imprevistas. Un joven, vestido con la playera de los Gallos Blancos (el equipo de fútbol local) lee el periódico de Morena. “No tiene un propósito especial, me regalaron el periódico y lo estoy leyendo”.

Un hombre de 45 años, pintor con educación primaria, lee *El Observador*. A su lado, otro hombre de 48 años lee *Magazine* (el periódico gratuito que se ofrece en la oficina de turismo).

En el espacio público se encuentra diversos periódicos: nota roja-amarillistas-sensacionalistas, religiosos y deportivos.

Sentada aun lado de los portales, una mujer de 73 años lee *Magazine*. Estudió la secundaria y desde niña fue comerciante en La Merced (mercado de la ciudad de México). Lleva dos años viviendo en Tequisquiapan y disfruta de leer el periódico los fines de semana en la plaza. Es una práctica habitual desde su infancia.

“Cuando entré a la escuela, leer el periódico era una tarea de comprensión. Ahora yo no veo eso en los niños”, explica la lectora quien se inició leyendo *La Prensa*, *Novedades* y *Excelsior*.

“Antes leía *La Prensa* porque hablaba del día a día de la Ciudad de México, ahora ya no porque es muy violento ese periódico...antes no era tan malo. Era menos agresivo”.

Ella no compra el periódico: “voy por el periódico que regalan en la oficina de Turismo, este el *Magazine*, lo leo cada ocho días que vengo al centro, o también si voy a San Miguel de Allende o a Querétaro... siempre busco periódicos gratuitos pero también leo otros periódicos y otras revistas”.

“Compro *Hola* y *Vanidades*. Vengo a leer aquí porque es un lugar tranquilo. No leo en Internet porque no me interesa, prefiero leer el papel porque acumulo el periódico y después, lo uso para limpiar o lo junto y lo vendo”.

