



La cultura y su complejo papel en el periodismo cultural

El periodismo cultural, ha reflejado gran cantidad de eventos de las bellas letras y artes, así como tendencias y costumbres de varias épocas. De esta forma la sociedad ha conocido sobre gran variedad de temas literarios, cinematográficos o gastronómicos, y de tendencias actuales. Desde entregas de importantes premios literarios y artísticos hasta manifestaciones propias de distintas comunidades representan un hecho cultural susceptible de ser registrado.

En este ensayo se realizó un trabajo concerniente a la definición del concepto de periodismo cultural y a la evolución de la noción de cultura, teniendo en cuenta la investigación de varios teóricos. Con posterioridad se entró a debatir el concepto de periodismo cultural en el contexto actual colombiano a partir de la opinión de varios periodistas que trabajan en las secciones culturales de varios medios de comunicación.

Las respuestas de los entrevistados llevaron a corroborar que en la actualidad colombiana se ha perdido la especificidad en el periodismo cultural, puesto que la cultura ha abarcado temas superficiales que se han convertido en una prioridad para varios medios de comunicación.

Aproximación inicial a las nociones de cultura y de periodismo cultural

Son varios los enunciados presentados por varios teóricos para definir la noción de periodismo cultural. En varias de ellos se comprende que esta rama del periodismo divulga las manifestaciones artísticas y costumbres, así como las bellas artes y las bellas letras de una sociedad.

Ivan Tabau, en su libro *Teoría y práctica del periodismo cultural*, la define como “la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación”¹.

Por su parte, Jorge Rivera, periodista e investigador argentino, comenta que el periodismo cultural es “una zona compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las bellas artes, las bellas letras, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura

popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental”².

En una definición más actual, Guillermo González propone que este tipo de



periodismo “es aquel que reflexiona sobre la realidad desde el punto de vista de la cultura; se detiene sobre eventos que transcurren en determinados grupos sociales relacionados con sus modos particulares de ser, sentir y vivir de una comunidad; evaluándolos, proyectándolos, desmenuzándolos”³.

Al hablar de periodismo cultural se debe introducir la noción de cultura, un concepto que ha sido debatido en varios círculos académicos y que hoy por hoy constituye un elemento esencial en la historia de la civilización contemporánea.

Según Rivera, a lo largo de la historia se adoptaron dos concepciones básicas de la noción de cultura: una concepción ilustrada que limitaba el campo a las producciones selectivas de las “bellas artes” y las “bellas letras”, y las cuales estaban destinadas a un grupo selecto de consumidores de literatura y arte, y una segunda concepción que trabajó sobre los esquemas de la heterogeneidad, la vulgarización y la cultura general⁴.

La primera definición se desarrolló en las épocas del Renacimiento y la Ilustración, en las cuales se fortalecieron las ideas de lo ético y lo intelectual como pilares de la actividad cultural. Las publicaciones pertenecían a un perfil de cultura especializado y minoritario (cultura de la élite) y estaban ligadas a la literatura ensayística y retóricas de la crítica.

En el segundo caso se tiene como punto de partida la definición antropológica de E.B.

Taylor, quien en el año 1874 habló de la cultura como el “conjunto complejo que incluye conocimiento, creencias, arte, moral, ley, costumbres y otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad”. Desde ese momento la noción de cultura se amplió tomando en cuenta otros elementos que incluían costumbres, modos de vida y hábitos de toda la sociedad. En esta medida, las publicaciones culturales empezaron a tener una amplia divulgación entre todo el público en general, además de los grupos de élite.

...Al hablar de periodismo cultural se debe introducir la noción de cultura, que hoy por hoy constituye un elemento esencial en la historia de la civilización contemporánea...

En un principio la actividad cultural estaba constituida como una esfera separada de la del trabajo. No obstante, de manera gradual fue tomando las formas del mercado y de la producción industrial. El binomio actores-espectadores fue reemplazado por el de productores-consumidores, haciendo que a los objetos culturales, además del valor moral o estético, se les agregara un valor monetario. Surge así una industria cultural en la cual el mercado escoge la oferta de los productos culturales.

De los medios masivos de comunicación y la sociedad de masas

El fenómeno de la globalización surgido desde el siglo XX dio paso a una gran serie de transformaciones en el mundo en torno a integración política, económica y cultural de los países y las sociedades.

Denis McQuail afirma que en la actualidad se suele señalar “la globalización” de casi todos los aspectos de la vida humana. Sin embargo, el concepto se aplica de forma particular a la transmisión de la información y de la cultura por medio de las fronteras nacionales que antiguamente estaban restringidas o cerradas. De esta forma, el tiempo y la distancia ya no representan factores críticos que planteen límites a la comunicación.

McQuail señala que “los efectos de la globalización sobre los medios masivos todo lo penetran: el contenido de las noticias, las formas y géneros del entretenimiento ficcional mediático, las definiciones de los mercados y las audiencias, las estructuras de propiedad y las dimensiones de las presiones que se ejercen sobre los medios”⁵.

En un análisis similar, Marshall McLuhan considera el concepto de “aldea global” como un proceso en el cual el rápido crecimiento de las comunicaciones conllevaría a una transformación en el estilo de vida de la sociedad humana transformando sus

costumbres a un modo de vida similar al de una aldea. De esta manera los habitantes del planeta empezarían a intercomunicarse de forma instantánea directamente.

McLuhan eligió la televisión como paradigma de la aldea global, por ser un medio que prontamente suscitó una gran acogida en la sociedad. En sus estudios, el sociólogo canadiense encuentra que la rapidez de la penetración de la televisión en el escenario histórico se dio porque estaba asociado a una manera fácil de acceder al entretenimiento.

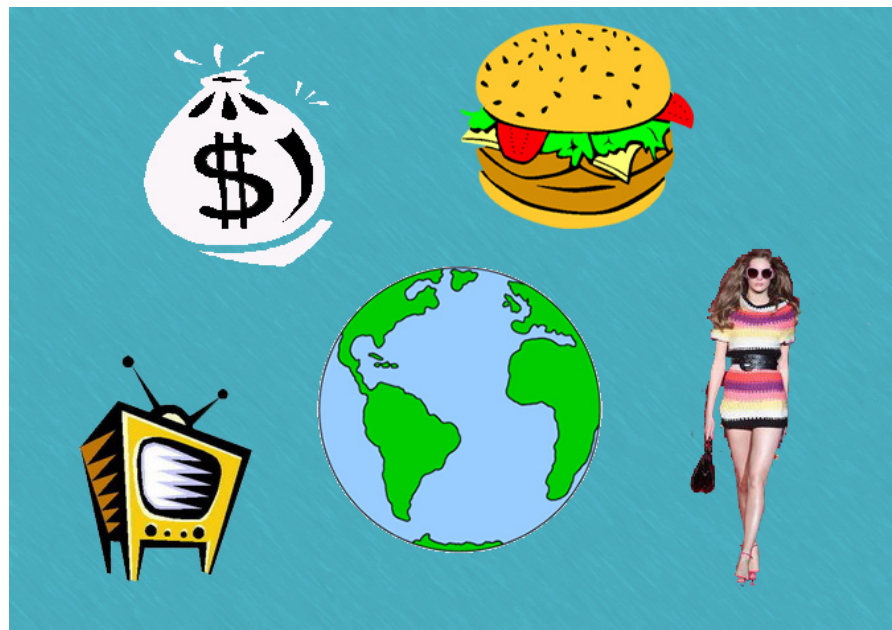
Al respecto, Manuel Castells afirma que la comunicación transmitida por la televisión está relacionada con el síndrome del mínimo esfuerzo. “Los diagnósticos convergen hacia dos puntos fundamentales: unos cuantos años después de su desarrollo, la televisión se convirtió en el epicentro cultural de nuestras sociedades; y esta modalidad de comunicación es, sobre todo, un nuevo medio, caracterizado por su capacidad de seducción, su simulación sensorial de la realidad y su fácil comunicación a lo largo de las líneas del menor esfuerzo psicológico”⁶.

La rápida expansión de los medios de comunicación masivos originó que la sociedad entrara a un mercado de satisfacción de necesidades personales y sociales o de consumismo. Surge así

el concepto de sociedad de masas como una forma de homogeneizar la cultura en materia de entretenimiento, diversión y moda.

Martín Barbero realiza un análisis profundo de la sociedad de masas partiendo de sus exploraciones de la interpretación de varios autores. Según el filósofo español, mientras que para los teóricos de la sociedad europea la sociedad de masas representa la degradación de la noción de cultura, los teóricos norteamericanos de los años cincuenta veían este concepto como la afirmación y la apuesta por la sociedad de la plena democracia.

Barbero cita a varios autores norteamericanos, entre ellos a Edward Shills, quien afirma que con el surgimiento de la sociedad de masas se tiene “la incorporación de la mayoría de la población a la sociedad”, además de la revitalización del individuo. “La sociedad de masas ha suscitado e intensificado la individualidad, esto es, la disponibi-



lidad para las experiencias, el florecimiento de sensaciones y emociones, la apertura hacia los otros (...) ha liberado las capacidades morales e intelectuales del individuo”⁷⁷.

También cita al sociólogo estadounidense Daniel Bell, quien en su libro *El fin de la ideología* afirma que los medios de comunicación (la televisión, los filmes, la publicidad) representan el espacio para la socialización, en reemplazo de la familia y la escuela –las viejas fortalezas de la ideología–.

El debate sobre la sociedad de masas es extenso y, por consiguiente, para este ensayo solamente se han tomado algunos de los elementos centrales.

En el presente trabajo se acepta una posición negativa europea sobre la sociedad de masas, desarrollada por Castells junto con otros teóricos. Bajo este argumento la sociedad de masas se encuentra supeditada a una industria cultural que reemplaza la relación actores-espectadores (época de la Ilustración y definición de Taylor) por una relación de productores-consumidores, donde la cultura entra a ser un producto mercantilizado.

La escuela de Frankfurt acuñó por primera vez el concepto de industria cultural, a mediados del siglo XX, como las necesidades de millones de consumidores y su satisfacción por medio de bienes estándares. En palabras de Adorno y Horkheimer, “la industria cultural es la industria de la diversión”, de esta forma el poder de la

industria cultural está mediatizado por la diversión y se convierte así en el orientador principal de la actividad cultural.

En este contexto se presenta una cultura consumista donde el entretenimiento se enfoca en el ocio y en lo superficial. Los medios de comunicación atienden a estas nuevas necesidades de la sociedad en un proceso de mercantilización donde el entretenimiento enfocado en lo superficial ha entrado a ser su contenido central. Se confirma entonces que los actores-espectadores dan paso a los productores-consumidores y se agrega así un valor monetario a los productos culturales.

Periodismo cultural en la realidad colombiana

A manera de análisis se podría inferir que a partir de esta transformación en la cultura se ha perdido la especificidad en el periodismo cultural. En una sociedad de consumo, que se satisface del entretenimiento y del ocio, predominan las notas culturales con un alto contenido superficial.

Arturo Guerrero, en su texto “Función del periodismo cultural frente a la realidad nacional”, afirma que en medio de la gran mayoría de noticias sobre los graves problemas que hay en el país, las noticias culturales son presentadas en un marco superficial que rompe con la seriedad de la definición del campo periodístico cultural.

En televisión las notas culturales cumplen un papel de relleno. Por su parte, los periódicos ofrecen una connotación diferente en sus secciones permanentes de cultura, en las cuales hay días especiales para cubrimientos de nuevos libros, para la música rock o para el anuncio de espectáculos.

No hay investigación en el periodismo cultural, no se le sigue la ruta a la transformación espiritual de la sociedad, no se atalayan las ocurrencias del lenguaje joven, no se observan los cambios en el pensamiento, no se interroga sobre la lejanía del público con relación a las artes plásticas contemporáneas, no se escudriña en las sinuosidades de las subculturas, en lo que ha significado el narcotráfico para las expectativas del país, en lo que esconde el individualismo de las nuevas generaciones o el surgimiento de las mujeres como mayoría en las universidades⁸.

Se debe señalar, adicionalmente, que las noticias culturales de los medios de comunicación tienen un alto contenido de “farandulización”. Según el Diccionario de la Lengua Española, farándula es “la profesión de los farsantes o comediantes, y, en general, el ambiente relacionado con ellos”⁹, y la “farandulización” en la actualidad se manifiesta en la divulgación de la vida social y privada de los personajes famosos en las secciones culturales de los medios de comunicación.

Guerrero enfatiza que el periodismo ha copiado los esquemas de la frivolidad dominantes en el universo de la imagen; de

esta manera su función de educador del consumo cultural se ha dejado desbordar por las circunstancias de la vanidad.

...La cultura se encuentra inmersa en una profunda crisis al ser fuente de noticias de interés secundario, [...] lo cual representa una negación de la cultura al convertir en noticia aquello que no tiene que ver con la cultura misma, sino que son meros actos sociales...

Otra opinión acerca de la función del periodismo cultural hoy es la de Gabriel Zaid, quien afirma que la cultura se encuentra inmersa en una profunda crisis al ser fuente de noticias de interés secundario, del mismo tipo que los viajes, espectáculos, salud y la gastronomía, lo cual representa una negación de la cultura al convertir en noticia aquello que no tiene que ver con la cultura misma, sino que son meros actos sociales¹⁰.

Por su parte, Luz Helena Ballesteros, en su trabajo de monografía de grado, afirma: “falta interés por parte de los gerentes de los periódicos de informar al público lo relacionado con los valores artístico-culturales que se poseen. El interés que prima es la ganancia económica que pueda recibir el periódico al publicar la exposición o la presentación de una película enmarcada dentro de los cánones artístico-culturales”¹¹.

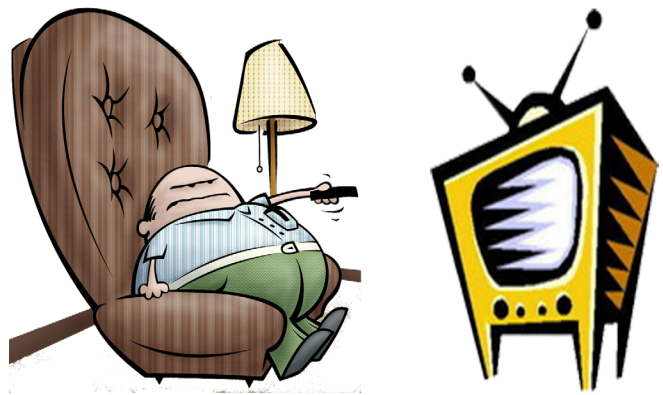
Este panorama plantea una discusión alre-

dedor del valor social del periodismo cultural. Tomando en cuenta los argumentos de McQuail, se observan varios elementos relacionados con el valor social del periodismo cultural. El autor señala que hay varias razones por las cuales el valor social transmitido a la cultura se traslada a una preocupación por el accionar de los medios masivos. La primera de ellas es que los medios pueden ser importantes canales para las actividades de comunicación pública de otras instituciones culturales (destacándose las relacionadas con la educación y el arte). De la misma forma pueden tener efectos (positivos o negativos) sobre el “entorno” cultural de los individuos, al tener en cuenta sus costumbres, sus gustos y sus formas de conducta personales. El autor también destaca que los medios son importantes para la participación en las actividades culturales y para la identidad regional o nacional*.

Los elementos señalados por McQuail contrastan con un delicado panorama actual en donde se ha presentado una pérdida del valor social del periodismo cultural. Divulgar las manifestaciones artísticas y culturales, así como las costumbres y tendencias de una sociedad ha quedado en un segundo plan.

Las industrias del entretenimiento, en orden de satisfacer a la sociedad de consumo, se han ocupado de divulgar noticias con un

* En el valor social, el periodista cultural tiene una sensibilidad para percibir las distintas expresiones, costumbres y tendencias de una sociedad. De la misma manera tiene un conocimiento del mundo amplio porque se documenta e investiga permanentemente acerca de lo que está aconteciendo. Un ejemplo de ello es el de un periodista cultural que deba realizar un cubrimiento sobre las manifestaciones artísticas de un grupo étnico en alguna región del país. Para realizar su tarea, el reportero debe haber leído con anterioridad acerca del origen de este grupo, debe haber hablado con algún experto sobre las características de dicho grupo y, además, debe haberse documentado acerca de la región del país que va a visitar.



perfil superficial que rompe con la especificidad del campo periodístico cultural y, por lo tanto, no contribuyen a generar una identidad ni bienestar en la sociedad.

Este panorama del periodismo cultural en la actualidad sugirió el interés de conocer la percepción de los periodistas que trabajan en las secciones culturales de los medios de comunicación sobre el papel del periodismo cultural, porque finalmente ellos son los que escriben y publican las notas culturales en sus medios de comunicación.

En un trabajo de campo de dos meses fueron entrevistados siete periodistas culturales, cuyas opiniones coinciden con los argumentos expuestos en la primera parte de este escrito y que se enfocan en una pérdida de especificidad del periodismo cultural porque el fenómeno de la farándula ha llegado a desempeñar un papel preponderante en la cultura.

El valor social del periodismo cultural se ha perdido. El periodista ya no tiene una sensibilidad y no se encuentra en permanente contacto con la investigación y la indagación de las costumbres y manifestaciones de una sociedad. Todo lo contrario, publica la inmediatez de una nota superficial que no va a generar ningún tipo de relevancia para la misma.

El periodismo cultural como valor social

Las definiciones expuestas por Jorge Rivera, Ivan Tabau y Guillermo González permitieron hacer una aproximación al concepto de periodismo cultural, entendido como la rama del periodismo que divulga las manifestaciones artísticas y culturales de una sociedad.

La divulgación de las bellas letras, las bellas artes, el cine, el teatro, así como las distintas costumbres y tendencias de una sociedad, representan sucesos de gran importancia para la sociedad, ya que permiten a las personas tener un conocimiento más amplio del mundo.

Son varios los ejemplos de los argumentos expuestos anteriormente. Por medio del periodismo las personas han conocido acerca de las distintas artes como la pintura, la escultura, la danza y el teatro. De otro lado, algunas revistas se han especializado en realizar investigaciones sobre artistas que

han sido famosos en su trabajo en el arte. Algunos canales de televisión han realizado gran variedad de documentales que reflejan las costumbres y modos de vida de comunidades y pueblos autóctonos.

Para los periodistas entrevistados el periodismo cultural tiene su propia especificidad. Publica los eventos relacionados con el arte en general, pero también con las costumbres y modos de vida de una sociedad.

El periodista de El Espectador argumentó que el periodismo cultural se encarga de producir y difundir textos culturales, así como propagar las distintas manifestaciones artísticas de una sociedad que incluyen el cine, el teatro, la plástica, la literatura y la creación artesanal.

El de Caracol Radio comentó que las noticias culturales hacen parte de la vida cotidiana de las personas y, en este sentido, considera que la cultura representa las costumbres y hábitos de las personas, mientras que el de RCN Radio sostuvo que por medio del periodismo cultural el periodista puede conocer todas las manifestaciones que existen y dar a las personas la oportunidad de comunicarle todo aquello que está ocurriendo en el mundo cultural: “La cultura es todo lo que involucra la historia, la música, el cine, la cultura tecnológica, hasta la cultura con manifestaciones como el arte, la pintura, la escultura, etc”¹².

El periodista de la revista Semana manifestó que además de informar acerca del aconte-

cimiento que está ocurriendo, el periodismo debe acercar la gente a la cultura y brindar un contexto y explicar la razón por la cual está pasando un acontecimiento: “Yo creo que se hace inconscientemente, pero el periodista genera cultura. Las manifestaciones artísticas transforman la vida, la cultura es importante, lo que pasa es que todavía no tenemos la suficiente cultura de país para entenderlo”, afirma.

... Para los periodistas entrevistados el periodismo cultural tiene su propia especificidad. Publica los eventos relacionados con el arte en general, pero también con las costumbres y modos de vida de una sociedad...

Caracol Televisión amplió su respuesta de las características del periodismo cultural al relacionarlas con las características del buen periodismo. De esta manera cita a Rizard Kapushinski, quien afirma que se debe conectar la mirada, el corazón, la cabeza en todas las historias. La respuesta de la periodista tiene como elemento adicional una gran sensibilidad de su parte hacia lo que se refiere a la difusión de las manifestaciones culturales de la sociedad en contraposición al tema de la farandulización, que es el elemento más sobresaliente en el medio televisivo y que será desarrollado más adelante.

En la divulgación de las costumbres y manifestaciones de una sociedad, así como las corrientes del arte, el periodismo cultural

debe tener un valor social, en el sentido de que el periodista debe tener una sensibilidad y una percepción del mundo amplia, así como conocer el escenario donde se mueve para generar un tipo de información que promueva el bienestar social.

A manera de ejemplo de lo afirmado se puede mencionar que cuando un periodista va a cubrir una obra de teatro debe conocer previamente las características de la obra, quiénes son los actores que actúan en ella, quién la escribió y documentarse a fondo sobre las características del género teatral. Otro ejemplo puede estar referido al cubrimiento de una obra artística ejecutada por un grupo étnico. En este caso el periodista, además de haber realizado una investigación sobre la etnia, debe haberse documentado con anterioridad acerca de las características de la obra y qué impacto ha tenido en el público en general.

Con respecto al tema del valor social, los periodistas coincidieron en señalar que el periodista cultural debe tener la responsabilidad de cubrir a todos los grupos humanos que realizan manifestaciones artísticas y culturales, así como cualquier aspecto de la realidad relacionado con las costumbres y tendencias de la sociedad.

El diario El Espectador afirmó que hay una infinidad de artistas muy valiosos en el país, por lo cual es un deber y un compromiso social de los medios de comunicación el hecho de realizar un trabajo responsable que refleje estas manifestaciones.

De manera similar Caracol Televisión afirmó que los medios de comunicación ejercen una influencia preponderante en las personas, porque representan un canal comunicativo para los grupos que desean manifestarse, pero que en muchas oportunidades no son tenidos en cuenta. “El periodismo cultural debe incluir a todos los grupos humanos que deseen manifestarse tanto cultural como artísticamente”.

Para Semana el periodismo cultural cumple un papel muy importante en la sociedad puesto que debe unir a la comunidad generando un arraigo en las sociedades y una identidad del país. El periodista expuso que en una oportunidad tuvo que cubrir un evento en el Pacífico colombiano, donde un grupo de música folclórica estaba presentando un baile para un festival. Cubrir este evento representó para el periodista un gran enriquecimiento para su carrera, porque antes de cubrir el evento tuvo que informarse sobre todas las manifestaciones artísticas que se presentan en aquella región del país y tener así un contexto.

El periodista de RCN Radio comentó que el periodismo cultural debe descubrir y dar a conocer una gran cantidad de artistas nacionales y obras de preservación del patrimonio. De manera similar, el diario El Espacio expuso que realizar notas periodísticas a grupos que realizan actividades culturales en las distintas localidades es un valor social del periodismo cultural porque genera identidad en la sociedad.

A diferencia de las respuestas anteriores,

la revista El Malpensante comentó que el concepto de cultura es atípico al presuponer que la palabra cultura se relaciona con algo preciso. “No puede entenderse el periodismo cultural como el cubrimiento del cine, del teatro, del arte, de la gastronomía, en sí de las manifestaciones artísticas de una sociedad, porque la cultura comprende cualquier aspecto de la realidad”.

Acorde con esta visión, el subdirector de la revista informó que la El Malpensante publica artículos sobre divulgación científica, gastronómica, de humor y de política. La visión de este último entrevistado es valiosa porque difiere, en cierta medida, de las respuestas de sus otros colegas entrevistados.

La revista El Malpensante también considera que es antipático llegar a considerar que el periodismo cultural deba tener un valor social porque es realizar una calificación de su trabajo y, por el contrario, expresó su preferencia porque los lectores sean los que opinen acerca de si la revista está cumpliendo con su papel de informar.

A diferencia de la revista El Malpensante, las respuestas de la mayoría de los periodistas en torno al tema del valor social coinciden con los postulados teóricos expuestos durante la primera parte del trabajo. Se recuerda a McQuail quien comenta que los medios de comunicación son canales importantes para la participación en las actividades culturales y para generar identidad en la sociedad.



Sin embargo, para la mayoría de los entrevistados, el periodismo cultural ha perdido su propia especificidad en la actualidad. La farandulización de la cultura es un elemento que ha entrado a jugar un papel primordial en esta rama del periodismo donde las noticias culturales son presentadas con un enfoque superficial. De esta forma, el valor social del periodismo cultural se ha perdido.

EL PERIODISMO CULTURAL PIERDE SU PROPIA ESPECIFICIDAD Y SU VALOR SOCIAL

El periodismo cultural genera entretenimiento. Al leer una nota cultural, el lector entra en un momento de distracción y esparcimiento donde la descripción del even-

to que, acompañada de unas fotos, puede representar un artículo que puede alimentar la mente y el espíritu.

Un ejemplo de ello es el cubrimiento de la biografía de algún poeta que haya dejado algún legado importante para este género literario. El conocimiento de su biografía y de sus obras más importantes hace que el lector, el televidente o el radioescucha pueda tener una noción más amplia del mundo y aumentar su conocimiento de alguna persona que haya dejado algún legado histórico en el arte.

Sin embargo, no todo entretenimiento genera periodismo cultural. Tal como se expuso en la primera parte del trabajo, algunas secciones culturales de los medios de comuni-

cación tienen un alto contenido de farándula con la publicación permanentemente de la vida privada de las personas famosas y los eventos sociales del mundillo del espectáculo.

En este punto se puede recordar el argumento de Arturo Guerrero al comentar que el periodismo cultural ha copiado los esquemas de la frivolidad dominantes en el universo de la imagen, y el Gabriel Zaid cuando comenta que la noticia se ha enfocado en el cubrimiento de los actos sociales.

...La generalidad de los periodistas entrevistados argumentó que se ha perdido el valor social en el periodismo cultural en la actualidad colombiana. El cubrimiento de los eventos de la farándula privilegia la superficialidad y no aporta al bienestar social...

El cubrimiento de estos eventos no propicia un bienestar social, no contribuye a generar una identidad en la sociedad y no brinda elementos importantes para que las personas tengan conocimiento de eventos que marquen hechos históricos. Por el contrario, la información de estos eventos ha sido expuesta de una forma comercial, lo que le ha quitado la calidad humana a la información cultural.

Claro es el caso de la presentación de las noticias de farándula en las últimas seccio-

nes de los noticieros. En un lapso de aproximadamente quince minutos, las ya famosas presentadoras actualizan y entretienen a las personas sobre los últimos acontecimientos de la vida privada de otros famosos. Sin embargo, esta información es superficial y no contribuye a la formación de una identidad social ni al cultivo de su espíritu.

El cubrimiento de estas noticias de farándula deja a un lado las manifestaciones artísticas y culturales de una sociedad y, por consiguiente, el valor social es casi inexistente. La generalidad de los periodistas entrevistados argumentó que se ha perdido el valor social en el periodismo cultural en la actualidad colombiana. El cubrimiento de los eventos de la farándula privilegia la superficialidad y no aporta al bienestar social.

El periodista de Semana comentó que aunque el periodismo cultural debería tener su propia especificidad, en la realidad no se presenta este hecho. Por ello en el país se presenta una degradación del concepto de cultura, al empezar a ser parte de un entretenimiento enfocado en la superficialidad.

De manera similar el periódico El Espacio considera que el periodismo cultural debería tener su propia especificidad relacionándolo con nociones como la de lo auténtico y la de la legitimidad, pero que hoy no tiene: “En este país se ha confundido el tema de la cultura con el periodismo de espectáculo. Una cosa es la cultura y otra es lo que se llama el periodismo de espectáculo”.

También El Espacio cree que los periodistas desconocen lo que se mueve en el arte y en la literatura y, por tal motivo, piensa que el cubrimiento de su sección se basa simplemente en lo que le es delegado sin una investigación profunda de su fuente: “En la televisión fallan mucho porque la cultura no es cultura sino farándula y de esta forma no se presenta la noticia con un análisis profundo”.

Para el periodista del Espectador, en el caso de la televisión se presenta al caso más crítico porque las secciones culturales son presentadas en los últimos veinte minutos de los noticieros y son mezcladas con el tema de la farándula. “El ámbito cultural se ha menospreciado porque ha sido relacionado con el entretenimiento y la diversión”, comenta, y agrega: “En este país, el periodismo cultural tiene un problema de diferenciación, la gente no sabe qué es cultura, por eso es mucho más difícil definirlo (...) porque abarca muchas cosas que en otros países no entra”.

En corroboración de la opinión de los periodistas, se puede afirmar que el panorama del periodismo cultural es complejo, dado que predominan las notas culturales con contenidos superficiales que satisfacen a una sociedad de consumo supeditada al entretenimiento y al ocio.

En la opinión de RCN Radio, en la actualidad la cultura encierra personajes que se hacen famosos y que pasan de ser protagonistas culturales a estrellas, presentándose una combinación de cultura, entretenimiento y

televisión. “Las secciones culturales de los noticieros pasan por dos niñas muy bonitas que no tienen ni idea de lo que está pasando y ya. Aquí estamos pecando porque la cultura está empezando a ser el relleno y ya”, afirma.

La periodista de Canal Caracol considera que se presenta gran cantidad de noticias de farándula que son acogidas en gran medida por el público, motivo por el cual ha realizado enormes esfuerzos por fomentar la cultura. “Yo digo que hay que infiltrarse, y lo digo de buena manera, en los medios de comunicación, para que la cultura sea noticia, porque la cultura realmente es noticia”, comenta la periodista.

Frente a estas opiniones se presenta la respuesta atípica de la revista El Malpensante, según la cual acepta el tema de la farandulización de la cultura por ser un hecho que refleja los verdaderos gustos de la sociedad. Según la revista, los gustos de muchas personas están enfocados en conocer la vida privada de los personajes famosos, lo cual se refleja en los altos índices de farandulización de los medios de comunicación.

Las respuestas de la generalidad de los entrevistados llevaron a corroborar como un hecho evidente que el periodismo cultural ha perdido su propia especificidad en la actualidad. En este sentido, la cultura se ha desvirtuado de su definición original enfocada en reflejar las manifestaciones artísticas y culturales de una sociedad. El tema de la farándula ha entrado a ocupar un lugar

muy importante en el campo cultural y es ampliamente cubierto por los medios de comunicación.

Es de esta forma que se confirman los argumentos esbozados en la primera parte del trabajo, según los cuales la cultura de la superficialidad, del entretenimiento y el ocio han hecho que las noticias culturales estén enfocadas en el cubrimiento de los espectáculos sociales, en donde el universo de la imagen y la vanidad priman sobre las costumbres, lo autóctono y las manifestaciones culturales de la sociedad.

... La cultura de la superficialidad, del entretenimiento y el ocio han hecho que las noticias culturales estén enfocadas en el cubrimiento de los espectáculos sociales...

En torno a la gran mayoría de respuestas de los periodistas culturales se recalca su preocupación por la pérdida del valor social del periodismo cultural. En esta dirección, la producción de textos periodísticos empieza a ser intermediada por un valor monetario, lo cual representa un hecho crítico, ya que el texto en vez de ser evaluado por su valor intrínseco empieza a ser intermediado por intereses monetarios.

Es así como el periodista ha dejado de tener una sensibilidad y un amplio conocimiento del mundo en el cubrimiento de una noticia. Ya no conoce a profundidad sobre el espacio donde se mueve, no le sigue la pista a las costumbres y tendencias de la sociedad,

y, por el contrario, su trabajo se caracteriza por el cubrimiento de las agendas de los últimos y más importantes eventos del espectáculo y de seguir la vida privada de los famosos.

Conclusiones

El periodismo es una profesión por medio de la cual la sociedad tiene un acceso a los acontecimientos que se presentan en la cotidianidad del diario vivir. Es de la misma forma una herramienta generadora de opinión pública, ya que el cubrimiento de los diferentes sucesos despierta un debate y discusión de parte de los miembros de una comunidad.

Esta profesión está dividida en varias especialidades como temas políticos, económicos, deportivos, culturales entre otros los cuales reflejan los sucesos de interés social. Exponiendo un ejemplo, si se mira el formato de un periódico se puede observar que este se encuentra dividido en varias secciones los cuales se especializan en diferentes temas.

Al hablar de especialización de periodismo es pertinente citar a Javier Fernández del Moral quien afirma que la especialización periodística se presenta como una necesidad de los medios por lograr una mayor profundización en los contenidos de la información y a la vez una mayor calidad informativa. En este orden de ideas, se enfoca en alcanzar una prensa en profundidad¹³.

El autor señala que por medio de la especialización periodística se alcanza un mejor tratamiento de los contenidos informativos. En esta medida se logra una mayor comprensibilidad o claridad en el contenido; una mayor densidad informativa, la cual se garantiza un seguimiento continuo de los temas específicos de dicha área; y un mejor empleo de los géneros periodísticos en el sentido de que la transmisión del mensaje debe ajustarse a las normas lingüísticas apropiadas que permiten la fácil comprensión del mensaje enviado.

Tomando los conceptos señalados por Fernández del Moral a manera de ejemplo, se presenta que el grupo de reporteros de la sección de política de un medio de comunicación el cual debe estar permanentemente informado acerca de los sucesos que están ocurriendo en esa sección para que las noticias sean presentadas de una forma actualizada.

Para el caso de la sección de cultura, se infiere al igual que en la sección de política, que los periodistas deben realizar una investigación exhaustiva permanente acerca de las manifestaciones artísticas y culturales y tendencias de una sociedad para la elaboración de las noticias.

Un periodista especializado en la sección de cultura de un medio de comunicación que cubre un evento relacionado con la reseña de una obra de teatro, debe haber realizado una investigación acerca de la temática de la obra, en que otros lugares se han presentado, sobre el impacto que ha tenido la presentación en otros lugares, entre otros

temas. A partir de esta investigación puede llegar a realizar un trabajo periodístico a profundidad.

Otro ejemplo de ello es el cubrimiento de una manifestación artística desarrollada en una comunidad de una región del país. En este sentido, el periodista debió haberse documentado acerca de los orígenes de las características de la comunidad que investiga, las razones por las cuales decidieron realizar esa manifestación artística, entre otros aspectos.

Los ejemplos anteriores, reflejan una especificidad del periodismo cultural caracterizada por la profundización de los contenidos informativos. Se presenta así una investigación sobre los contenidos que se manejan.

Pese a lo expuesto anteriormente, la actualidad presenta un panorama gris para el periodismo cultural. Un periodismo de investigación, es reemplazado por otro en donde se presenta una alta dosis de superficialidad.

La presentación de unas lógicas sociales basadas en una cultura de la trivialidad, del ocio y del entretenimiento, ha generado que se presente un facilismo como un elemento que prima en la sociedad. Las personas permanecen concentradas en un mundo de apariencias en donde tener el mejor aspecto físico y los elementos de marca se ha convertido en una prioridad.

Como se expuso en la primera parte del trabajo se presenta de esta forma una sociedad de consumo que enfoca su atención en la

información que sea fácilmente digerible para continuar en su mundo de fantasía y de trivialidad. Una información que no genere ningún tipo de razonamiento ni de trascendencias, por el contrario que genere un alto impacto pero a su vez que sea fácilmente digerible.

Atendiendo a esta nueva lógica social, se presenta una livinización de una información caracterizada por generar un impacto en el consumidor. Los medios de comunicación están focalizados en el cubrimiento de los eventos del espectáculo, un tema que no indigesta a una sociedad enfocada en lo trivial.

La situación del periodismo cultural en la actualidad es similar a la postura presentada por Antonio López Hidalgo en torno al tema del ensayo en la época post-franquista. El autor cita a Alberto Hernando quien argumenta que el ensayo dejó de tener la importancia que tenía antes, es decir se diluyó ante el cambio de unas lógicas sociales enmarcadas en una crisis general de las ideologías en Occidente. “El escepticismo, el desencanto, la inmunodeficiencia crítica y la instalación confortable en los nuevos aparatos del Estado, como intelectuales orgánicos, de una importante franja de la inteligencia antaño opositora, erosionó el precario humus en que se asentaba el ensayo. La novela negra, el esoterismo y la evasión ocuparon ese vacío ensayístico”¹⁴.

La época post-franquista se asemeja a la época de la actualidad. Un alto grado de escepticismo va haciendo una presencia in-

falible en una sociedad que ha perdido el sentido de indagar a profundidad acerca de temas que generen un esfuerzo intelectual. Los temas del esoterismo y de la novela negra que se presentaban en aquella época se asimilan a los temas de farándula que representan la materia prima para la elaboración de las noticias.

... El tipo de entretenimiento enfocado en lo superficial [...] No refleja las costumbres, los hábitos, las tendencias, las bellas letras y las bellas artes que cultivan el espíritu y le permiten al consumidor tener una visión más amplia del mundo...

Lastimosamente la sociedad ya no anhela una información que implique un esfuerzo por razonar acerca del contenido de la misma. La sociedad prefiere temas superficiales que no generen un cultivo de su espíritu ni de su intelecto.

Si se analizan varios medios de comunicación en la actualidad colombiana se puede observar que se encuentran enfocados en el cubrimiento de las agendas culturales. Es así como una persona puede estar enterada de la última cartelera de cine, de las obras de teatro de temporada y de las últimas obras de danza, exponiendo algunos ejemplos. De la misma forma el cubrimiento de esos eventos se basa en la indagación exhaustiva de la vida privada de las personas famosas. Varias revistas se caracterizan por tener amplias fotos donde se presenta un acontecimiento que genera escándalo con un mínimo de texto.

Aunque no se puede olvidar que aún hay importantes medios que realizan una gran divulgación cultural de manifestaciones artísticas y tendencias como la Revista Arkadia, la emisora Javeriana Stéreo, la emisora de la Universidad Nacional (RUN) y la Revista Número, el tema de la farándula se ha convertido en un elemento que se ha expandido vertiginosamente y que se constituye como entretenimiento principal para una gran masa de consumidores, con el riesgo de sobreponer las exigencias del verdadero periodismo cultural.

El tipo de entretenimiento enfocado en lo superficial no genera periodismo cultural. No refleja las costumbres, los hábitos, las tendencias, las bellas letras y las bellas artes que cultivan el espíritu y le permiten al consumidor tener una visión más amplia del mundo. Por el contrario, este tipo de entretenimiento es superficial y no transmite una información que promueva el bienestar general de la sociedad.

Para los periodistas entrevistados es importante encaminar esfuerzos por volver a establecer en el periodismo cultural su valor social. Varios de ellos argumentan que no se puede permitir que el periodismo cultural caiga en la superficialidad. En esta medida, desde sus medios realizan notas culturales en sus medios que despierten el interés de la sociedad, pero a la vez sea información genere en las personas un conocimiento más amplio del entorno que las rodea.

Frente a la similitud en las respuestas de los periodistas, se presenta el caso atípico de



la revista El Malpensante, según las cuales dan a entender como este medio, siempre se ha caracterizado por ser una publicación que ha promovido argumentos críticos en todos los temas.

Sin embargo, la generalidad de las respuestas lleva a cuestionar el papel del periodismo cultural en la actualidad. Para la mayoría de los periodistas entrevistados es importante encaminar esfuerzos por volver a establecer en el periodismo cultural su valor social. Varios de ellos argumentan que no se puede permitir que el periodismo cultural caiga en la superficialidad. En esta medida, desde sus medios realizan notas culturales en sus medios que despierten el interés de la sociedad, pero a la vez su información genere en las personas un conocimiento más amplio del entorno que las rodea.

Ahora bien, ¿esta tarea es fácilmente realizable?, o por el contrario, las nuevas lógicas sociales representan una bola de nieve que lleva al periodismo al borde del escepticismo y del caos?

Fuentes Testimoniales

Pía Barragán, Caracol Televisión

Ricardo Rondón, Periódico El Espacio

Enrique Patiño, Revista Semana

Jaime Ponce, RCN Radio

Jaime Carvajal, Caracol Radio

Juan Carlos Piedrahita, El Espectador

Mari Jursich, revista El Malpensante

Referencias Bibliográficas

1. Villa, María, “El periodismo cultural, reflexiones y aproximaciones”. Revista Latina de Comunicación Social. Número 6, de junio de 1998; La Laguna (Tenerife), en: <http://www.lazarillo.com/latina/a/83mjv.htm>
2. Rivera, Jorge, “Periodismo y cultura”, en El Periodismo Cultural. Paidós, Buenos Aires, 2006.
3. Propuesta y estudio de factibilidad para la creación y diseño de una revista especializada para el sector denominado barrio “La Candelaria”. Tesis de grado en Comunicación Social de la Universidad Externado de Colombia. 1986, p- 40.
4. Rivera B., Jorge, op. cit., p. 15.
5. McQuail, Denis. La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público. Amorrortu editores. Buenos Aires, junio de 1998. , p. 437.

6. Castells, Manuel, *“De la galaxia de Gutmeberg a la galaxia de Mac Luhan: el ascenso de la cultura de los medios de comunicación de masas”*. En *La era de la información*. Vol. I. Siglo Ventiuno Editores. p. 365.
7. Barbero, Jesús Martín, *De los medios a las mediaciones*, . G. Gili, Barcelona. 1987. p. 45.
8. Guerrero, Arturo, *“Función del periodismo cultural frente a la realidad nacional”*. En *Revista del Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario.*, p. 57.
9. *Diccionario de la Lengua Española*, tomo 1, vigesimoprimera edición. Madrid, 1992.
10. *Revista El Malpensante*. Marzo 16 - abril 30 de 2006, número 69.
11. Ballesteros, Luz Helena, *El periodismo artístico-cultura”*, monografía de grado. Universidad de la Sabana, Bogotá, Colombia, 1982.
12. Jaime Ponce, periodista cultural de RCN Radio.
13. Ver Fernández del Moral, Javier, *Fundamentos de la Información Periodística Especializada*. P. 53.
14. Ver López Hidalgo, Antonio, *“El Ensayo Periodístico”*. En *Estudios sobre el mensaje periodístico*. p. 299.