

PROYECTO DE GRADO

COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

¿Hasta qué punto influye el periodismo cultural en nuestra sociedad?

SUSANA PANESSO VÉLEZ

ASESORA: ANA MARÍA RINCÓN.

COLEGIO MARYMOUNT

MEDELLÍN

2014

Tabla de contenido

RESUMEN.....	3
INTRODUCCIÓN	4
1. OBJETIVOS	5
1.1 OBJETIVO GENERAL	5
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
2. LA CULTURA	6
2.1 ¿QUÉ ES LA CULTURA?.....	6
2.1.1 LA CULTURA PARA T.S ELIOT	6
2.1.2 LA CULTURA PARA MARIO VARGAS LLOSA.....	7
2.2 LA EVOLUCIÓN DE LA CULTURA.....	8
2.2.1 DESAPARICIÓN DE LA CULTURA.....	9
2.2.2 LA CULTURA DEL ENTRETENIMIENTO.....	11
3. EL PERIODISMO.....	13
3.1 ¿QUÉ ES EL PERIODISMO?.....	13
3.2 LA EVOLUCIÓN DEL PERIODISMO.....	14
3.3 DEONTOLOGÍA DEL PERIODISTA.....	17
4. EL PERIODISMO CULTURAL	18
4.1 EL PERIODISMO CULTURAL EN COLOMBIA.....	18
5. CONCLUSIONES	21
6. ANEXOS.....	22
Bibliografía	23

RESUMEN

El periodismo cultural es la rama del periodismo que se dedica a la cobertura de todas las actividades culturales que se dan día a día dentro de un determinado grupo social. Sin embargo la concepción y el valor de la cultura, hoy en día, están a punto de desaparecer. En este trabajo se analizan la globalización y el consumismo como causantes de la pérdida de cultura, se contrastan los términos espectáculo, farándula y cultura, y finalmente se expone el rol que cumple actualmente el Periodismo Cultural dentro de la sociedad para ayudar a la conservación y propagación de la cultura.

Palabras claves: periodismo cultural, cultura, periodismo, entretenimiento, farándula, globalización, consumismo.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo dar una nueva imagen al periodismo cultural, respondiendo a la pregunta ¿Hasta qué punto influye el periodismo cultural en nuestra sociedad? Para esto se definieron los términos periodismo y cultura junto con su evolución y se diferenció el periodismo cultural del entretenimiento y la farándula.

Con la globalización, el consumismo y los medios de comunicación masivos del siglo XIX tanto la cultura como el periodismo se han visto amenazados. La cultura en la forma que tradicionalmente se le ha conocido está a punto de desaparecer y cada día se considera más como una forma de entretenimiento. Por otro lado, el periodismo se ha dejado permeable por la publicidad y los intereses sociales y económicos, poniendo en duda por parte de la audiencia la veracidad de la información entregada por parte de los periodistas.

Teniendo el periodismo y la cultura en crisis el periodismo cultural, como principal fuente cultural para la sociedad hoy en día, se ve en la difícil tarea de recuperar su público y su influencia social para así evitar la desaparición de el patrimonio cultural y las bellas artes y letras.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Dar una nueva imagen al periodismo cultural.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir los conceptos de periodismo y cultura, y así mismo exponer la evolución que estos han tenido a lo largo de la historia.
- Diferenciar el periodismo cultural del término farándula teniendo en cuenta los valores estéticos y éticos de cada uno.

2. LA CULTURA

2.1 ¿QUÉ ES LA CULTURA?

Según (Real Academia de la Lengua Española) el término *cultura* se define como: “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimiento y grados de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.” Sin embargo a este significado se le podría agregar, para una mayor claridad del término, que la cultura no es cantidad, sino cualidad y sensibilidad, pues en la cultura importa tanto la forma como el contenido.

2.1.1 LA CULTURA PARA T.S ELIOT

Thomas Stearns Eliot, conocido como T.S Eliot, es un dramaturgo, escritor y crítico literario anglo-estadounidense también denominado como uno de los mejores poetas del siglo XX.

En base a este significado tradicional que se le da a la cultura T.S Eliot hace su propia reflexión sobre lo que es la cultura plasmando sus ideas en un ensayo titulado: *Notes Towards The Definition Of Culture* (Eliot, 1948). De este ensayo las ideas mas relevantes para el concepto de cultura y las cuales expandiremos más adelante son las siguientes:

- “La cultura no es sólo la suma de diversas actividades sino un estilo de vida” (Vargas Llosa, *La Civilización Del Espectáculo*, 2012).
- Luego de la familia, la principal transmisora de la cultura a lo largo de las generaciones ha sido la Iglesia, no el colegio.
- No hay que confundir cultura con conocimiento.
- Cultura y religión no son la misma cosa, pero no son separables.

Teniendo en cuenta la primera idea entendemos que para Eliot la cultura debe sobrepasar la teoría para tener sentido, pues solo cuando se pone en práctica y se vuelve una forma de vivir puede ser considerado cultura.

La segunda propuesta de T.S Eliot sobre la cultura nos ayuda a entender la gran causa de pérdida de cultura en nuestro tiempo. En esta se plantea como la educación, en especial la educación igualitaria, deteriora la cultura haciendo que desaparezcan las tradiciones y el patrimonio cultural de cada sociedad. De igual manera la idea de que a través de la educación se puede culturizar a la gente ha hecho que los términos conocimiento y cultura se confundan, y en algunos, casos se refieran a lo mismo aunque no lo sean. Para hacer la distinción entre estos, Eliot explica que el conocimiento tiene que ver con la evolución de la técnica y las ciencias, y la cultura es algo anterior al conocimiento, una propensión del espíritu, una sensibilidad y un cultivo de la forma que da sentido y orientación al conocimiento (Vargas Llosa, *La Civilización Del Espectáculo*, 2012).

Finalmente se plantea en el ensayo de T.S Eliot la relación entre cultura y religión, puesto que la cultura nace en la religión. El poeta expone que la religión, “mientras dura da un sentido aparente a la vida, proporciona el marco para la cultura y protege a la masa de la humanidad del aburrimiento y desesperación”. Con esto se da a entender que la cultura tanto como la religión hacen parte fundamental de la vida del ser humano, por ende y volviendo a la primera idea, la cultura es un estilo de vida.

2.1.2 LA CULTURA PARA MARIO VARGAS LLOSA.

Mario Vargas Llosa es un novelista, ensayista y político peruano, ganador del

Premio Nobel de Literatura en 2010. Vargas Llosa en su libro *La Civilización Del Espectáculo*, siempre fiel a su visión latinoamericana, hace la siguiente definición del término cultura:

“La cultura son todas las manifestaciones de la vida de una comunidad: su lengua, sus creencias, sus usos y costumbres, su indumentaria, sus técnicas y, en suma, todo lo que en ella se practica, evita, respeta y abomina” (Vargas Llosa, *La Civilización Del Espectáculo*, 2012).

Con esta definición, se da a entender que para Vargas Llosa la cultura es un estilo de vida, que se diferencia de lugar en lugar a partir de lo que se es y de lo que no se es.

2.2 LA EVOLUCIÓN DE LA CULTURA.

A lo largo de la historia el término cultura ha sufrido variaciones tanto en definición como en percepción por parte de la sociedad. La palabra *cultura* se deriva del latín *cultus* término que hace referencia al cuidado del campo o del ganado e inicialmente se empleó en el campo de la agricultura para hacer referencia al cultivo de la tierra. Con el paso del tiempo el término se empezó a utilizar también en otros campos, como en la filosofía haciendo referencia al cultivo del espíritu y en diversos campos académicos como cultivo de la mente y el alma.

Del concepto filosófico se evolucionó a un término elitista y aristocrático, en la Edad Media, que privilegiaba las artes de al época (retórica, gramática, astronomía, aritmética, geometría, música y dialéctica). Durante el Renacimiento se agregó al concepto de cultura la “actividad productiva”, no en el sentido de la productividad sino en la práctica y la aplicación de las actividades en la vida humana.

En el siglo XVIII la cultura se empezó a concebir como un estado alcanzado por una persona luego de un proceso educativo, en el cual la persona adquiere conocimientos intelectuales, buenos modales, y capacidades de apreciación hacia el arte y se la conoce como persona “*culta*”. Luego, en el siglo XIX el término cultura se tomo con un significado antropológico: condición característica que comparte una sociedad o un grupo social en un momento determinado.

Actualmente la cultura es, en teoría, el cultivo del espíritu en las más altas manifestaciones del espíritu humano: el arte y el conocimiento (Rubiano, 2006). Sin embargo, hoy en día las prácticas culturales son vistas como bienes y servicios culturales dentro de las industrias culturales y el consumo cultural.

2.2.1 DESAPARICIÓN DE LA CULTURA.

“La cultura, en el sentido que tradicionalmente se ha dado a este término, está en nuestros días a punto de desaparecer”. –Mario Vargas Llosa

Si bien la cultura ha sufrido cambios a través de la historia, hoy en día se atraviesa un momento crítico dentro de la evolución de esta, el cual de a poco lleva a la desaparición de la cultura. A esta pérdida de cultura se le adjudican varias causas, entre ellas, la globalización, la falta de individualismo y la agitada vida del siglo XXI que lleva al consumismo inmediato.

Siempre persiguiendo la idea del progreso y de la igualdad la sociedad en los últimos años nos ha tratado de convencer, o ya nos convenció, de que la educación es el camino para la cultura calificando de “*personas cultas*” solamente a aquellas que tiene altos niveles de educación. Ahora bien, la ingenua idea de que a través de la

educación, se puede transmitir la cultura a la totalidad de la sociedad está destruyendo la “alta cultura” (Eliot, 1948).

Lograr una cultura global, sería en sí acabar con la cultura, pues esta es algo propio de un determinado grupo social y la singularidad es lo que hace que la cultura sea única y valiosa. Estableciendo bases culturales comunes en los cinco continentes, la globalización ha creado, aun cuando hay diferentes tradiciones, creencias y lenguas, una genuina “*cultura de masas*”: que busca ofrecer novedades accesibles para el público más amplio posible que distraigan a la mayor cantidad posible de consumidores (Lipovetsky & Serroy, 2010) Esta “*cultura de masas*” también se podría definir como cultura consumista, pues está basada en artículos culturales convertidos en artículos de consumo los cuales solo buscan divertir y dar placer, sin necesidad de formación alguna (Lipovetsky & Serroy, 2010).

El consumismo, entonces nos aleja de la cultura pues este vacía la vida de los hombres y mujeres de inquietudes sociales, espirituales y humanas. En una sociedad moderna en la que todo lo espontáneo, auténtico y genuino ha sido sustituido por lo artificial y lo falso ya no hay lugar para la cultura, pues para la “*nueva cultura*” la producción masiva y el éxito comercial son indispensables hoy en día.

El consumismo y la globalización son también grandes causantes de la falta de individualismo y diversidad de cultura. Estos dos, han hecho que una de las principales bases de la cultura, a parte de la iglesia, halla desaparecido: el patrimonio y las tradiciones culturales de cada grupo social o región. La democratización de la cultura, término con el cual se le conoce a este fenómeno, empobrece la cultura

volviéndola superficial cuando lo que en realidad se necesita para conservarla son culturas independientes, ricas en singularidad que nutran la cultura en general.

Con la cultura tradicional en tiempos de crisis, se dio paso a lo que es hoy en día se conoce como la cultura del entretenimiento.

2.2.2 LA CULTURA DEL ENTRETENIMIENTO.

La cultura del entretenimiento, hoy en día, ha remplazado todo aquello que hasta hace menos de medio siglo se conocía como cultura. Los productos televisivos, películas, video juegos, conciertos de música popular, redes sociales, entre otros, hacen parte de esta cultura del entretenimiento, sin embargo no son mas que facilitadores de esta pues los verdaderos causantes son el facilismo, el conformismo, la superficialidad y el ocio. Son estas características humanas las que lograron que hoy vivamos en un mundo donde el primer lugar lo ocupa el entretenimiento y donde la cultura se ve solamente como una manera agradable de pasar el tiempo y entretenerse. Se entiende por entretener la acción de distraer, divertir, recrear o hacer menos molesto y más llevadero algo para alguien (Real Academia de la Lengua Española).

Por supuesto que la cultura puede ser esto, pero si termina por ser sólo eso se terminaría confundiendo con el entretenimiento. *“La gran diferencia entre la cultura del pasado y el entretenimiento de hoy es que los productos de aquella pretendían trascender el tiempo presente, durar, seguir vivos en las generaciones futuras, en tanto que los productos de éste son fabricados para ser consumidos al instante y desaparecer”* (Vargas Llosa, La Civilización Del Espectáculo, 2012).

Igualmente para no subestimar el entretenimiento y las personas que se dedican y viven de este vale la pena resaltar que el entretenimiento se basa en dos valores estéticos indispensables para la sociedad actual: la producción industrial masiva y el éxito comercial el cual no distingue entre precio y valor.

El actuar y pensar de hombres y mujeres de todas partes del mundo se rige actualmente por la publicidad que busca controlar y establecer los gustos, la sensibilidad, la imaginación y las costumbres, función que antes cumplía la cultura de la mano de la religión.

Dentro de la cultura del entretenimiento y la civilización del espectáculo nació el *“periodismo irresponsable de la chismografía y el escándalo”* (Vargas Llosa, La Civilización Del Espectáculo, 2012) comúnmente conocido como la farándula, la cual dentro del ámbito periodístico se encarga de la vida de los actores, cantantes y demás figuras públicas relacionadas con el ámbito artístico, pero no del arte en sí.

3. EL PERIODISMO

3.1 ¿QUÉ ES EL PERIODISMO?

En términos generales el periodismo es el oficio que tiene como fin la búsqueda exhaustiva y la producción de noticias que informen a la sociedad sobre su contexto inmediato. Para cumplir exitosamente con este fin el periodismo debe cumplir, antes que todo, el ser informativo, lo cual se logra anunciando hechos actuales, de carácter importante para determinado grupo de personas y que causen impacto en el público.

Se dice que tiene como fin la búsqueda exhaustiva y producción de las noticias, pues es un oficio que requiere de mucho tiempo, trabajo y profesionalidad para que cuando ya se haya encontrado la noticia se le sepa dar un buen manejo: cómo, cuándo y dónde comunicarla.

Si bien el objetivo del periodismo es siempre el de relatar a la sociedad lo que sucede, existen diferentes tipos de periodismo dependiendo del tema a tratar y de la manera como se exprese. Las dos grandes ramas del periodismo son el periodismo informativo y el periodismo investigativo. El periodismo informativo busca informar hechos actuales que tienen importancia y que genere impacto en el público, por lo tanto es indispensable que los hechos informados sean recientes. Por el otro lado, el periodismo investigativo aunque también busca dar a conocer un hecho específico no solo tiene en cuenta el presente sino que se remite al pasado para encontrar las causas del suceso apoyándose en datos, consecuencias, pistas, personajes y testimonios.

Los temas del periodismo pueden ser cultural, deportivo, político, social, económico, turístico, ambiental, de entretenimiento, entre otros. Con infinidad de temas, el periodismo se puede dar también de diferentes formas, como el periodismo escrito, periodismo radial,

televisivo, digital o visual.

El periodismo es, entonces, una especie de espejo donde se puede intentar entender lo que le pasa al ser humano en cualquier parte del mundo de la forma mas práctica.

3.2 LA EVOLUCIÓN DEL PERIODISMO

Los orígenes del periodismo los encontramos en la prehistoria (a.c) cuando se dio la transición de la tradición oral a los manuscritos de papiro en los cuales las diferentes civilizaciones, Egipcias, Persas, Griegas, entre otras, relataban y dejaban constancia de lo que les sucedía. Más adelante en Babilonia surgieron los “historiógrafos” que eran personas encargadas de escribir diariamente los acontecimientos públicos, religiosos y económicos.

Si bien estos fueron los orígenes del Periodismo, la primera aparición del periodismo como se conoce hoy en día se dio en Roma (antes de la edad media), pues fue allí donde se comenzaron a realizar comentarios acerca de los sucesos de la sociedad. Después, durante el Renacimiento Italiano, el cuál comenzó a finales del el siglo XIV, estos sucesos se empezaron a difundir en forma de avisos y volantes narrando también noticias sobre eventos portuarios y comerciales.

La invención de la imprenta, en 1438 tuvo gran impacto en los medios de comunicación. A partir de este momento los avisos y volantes tomaron forma de semanarios, diarios y revistas alentando a todos los intelectuales escritores a publicar sus textos. Hasta entonces las publicaciones tenían un fin específico: informar sobre un hecho particular, por lo cual no tenían continuidad fija. Solamente después del siglo XVII es que el periodismo da un giro volviéndose asunto de interés público dejando los temas políticos como uno más e

informando al público sobre diversos temas como lo son la economía, la sociedad, la cultura, el deporte, entre otros.

Con la aparición de la radio, a comienzos del siglo XX, el periodismo cambió para siempre. La necesidad de conocer a fondo y de forma inmediata lo que sucedía en todas partes del mundo solo se podía satisfacer por medio del periodismo radial. A partir de este momento el periodismo se volvió una profesión indispensable dentro de la sociedad pues los periodistas eran, a parte de los políticos, quienes tenían acceso a la información de primera mano. La radio trajo consigo la expansión de la opinión pública, pues se prestaba no solo como un medio para informar, sino también como un medio de comunicación por lo cual era indispensable que el receptor se pronunciara respecto a los sucesos.

A lo largo de la primera mitad del siglo XX la radio sirvió como medio para propaganda política, especialmente durante los tiempos de guerra. De igual manera con toda la catástrofe de la guerra el público radial pedía a gritos una señal de esperanza, fue por esto que la radio se empezó a utilizar como forma de entretenimiento comenzando con las emisoras musicales y emisiones de radionovelas.

Sin embargo la radio pasó a un segundo plano entrados los años 60 con la invención de la televisión, la cual llegó para quedarse. El periodismo televisivo, además de informar a los televidentes, cumple con la función de pasar un espejo por la realidad para mostrar a la sociedad su propia imagen. La televisión logró que más personas se interesaran en el trabajo periodístico, pues el público agradecía ya no solamente estar enterada de los hechos, sino también tener una imagen de éste. Este fenómeno le abrió las puertas a los noticieros y programas investigativos que por medio de noticias, crónicas, reportajes o entrevistas

lograron sintetizar momentos y ser entregados a todo tipo de público. La televisión cambio, no solo la forma en la que se producía, comunicaba y se consumía la información, sino también la vida cotidiana de muchas familiar alrededor del mundo para las cuales ver el noticiero de la noche después o antes de la cena se convirtió en un ritual.

La aparición del Internet, al igual que la radio, permitió también que el público se expresara, pero con la diferencia de que en la web todo era más fácil, rápido y accesible. La expansión de este obligo a los medios tradicionales, periódicos y noticieros, a crear sus propios portales de internet en los cuales publican sus contenidos ya publicados o emitidos mas contenidos exclusivos para la web. Al mismo tiempo se crearon blogs y revistas electrónicas, las cuales expandieron el campo de acción de los periodistas pues estos requerían constante actualización y diferentes puntos de vista para garantizar ser leídos.

El impacto del Internet en el periodismo fue tanto positivo como negativo. La tecnología como medio de comunicación ha ayudado a reducir costos de difusión de información, tiempos de publicación y a diversificarla. Por el contrario, la accesibilidad que tienen las personas ajenas a los medios para publicar en la red ha dejado muchas veces en evidencia la manipulación de información que solían, y todavía hacen, los medios de comunicación poniendo a los periodistas entre la espada y la pared obligándolos a ser aún más cuidadosos con el manejo de la información.

Actualmente, con la telefonía móvil y las redes sociales el periodismo y la comunicación se entienden diferente. Cualquiera tiene a su disposición elementos para publicar y comunicar un suceso o una noticia, creando una revolución mediática en la que la verdad ya es un enigma. Con la sobre saturación de ofertas de periódicos, portales de internet, programas de

televisión, aplicaciones y redes sociales, no se puede tener un panorama claro del futuro que le aguarda al periodismo pero sin importar lo que suceda siempre serán los periodistas los que tengan el poder porque *“Quien tiene la información, tiene el poder”* (Anónimo).

3.3 DEONTOLOGÍA DEL PERIODISTA

La Deontología Profesional Del Periodismo es un conjunto de normas que afectan la actividad periodística y rigen el derecho y la moral del periodista. Dentro de ésta encontramos ocho normas fundamentales que rigen la ética, la practica y el comportamiento de los periodistas:

1. El periodista debe explicar la verdad pues su tarea principal es servir el derecho a la información verídica y auténtica.
2. El periodista debe respetar las fuentes de información, las cuáles deben ser tratadas con respeto y discreción.
3. El periodista debe utilizar medios dignos para obtener la información y bajo ninguna circunstancia debe utilizar a beneficio propio la información obtenida.
4. El periodista debe diferenciar entre información y opinión.
5. El periodista debe diferenciar entre información y publicidad. Ningún soborno ni remuneración debe estar por encima de sus tareas informativas.
6. El periodista debe rectificar con diligencia cuando sea necesario.
7. El periodista debe respetar el derecho al honor, a la intimidad y a la imagen propia.
8. El periodista debe respetar y proteger la infancia.

4. EL PERIODISMO CULTURAL

El periodismo cultural es la rama del periodismo que se dedica a la cobertura de todas las actividades culturales (arte, teatro, música, deporte, literatura, entre otros) que se dan día a día dentro de un determinado grupo social. El periodista e investigador argentino, Jorge Rivera, define el periodismo cultural como: “... *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*” (Rivera, 1995)

La mayor responsabilidad del Periodismo Cultural es difundir la cultura a la sociedad y por más básica que parezca esta información, es siempre relevante. Igualmente, este no solo depende de los temas culturales que trate en la cotidianidad sino de los espectadores, quienes se encargan de la demanda, del consumo y del análisis y la crítica de dicha información.

Hoy en día el periodismo cultural es comúnmente confundido con lo que se llama entretenimiento y farándula, y aunque el público es en gran parte responsable de este fenómeno, los mismos periodistas y los medios de comunicación se han dejado influenciar por la publicidad y el éxito comercial basado en ratings y críticas.

4.1 EL PERIODISMO CULTURAL EN COLOMBIA

Basado en un seguimiento continuo durante una semana a los diarios nacionales El Colombiano, El Tiempo y El Espectador se puede evidenciar la confusión existente en cuanto a los términos cultura, entretenimiento, tendencias, entre otros dentro de las secciones de “periodismo cultural”.

Diario/Fecha	27/10/14	28/10/14	29/10/14	30/10/14	31/10/14
El Colombiano	Televisión que ya no solo se ve por la TV.	Tricycle, 100% humor gestual.	Hallan dos genes de la violencia extrema.	Más espacio para el arte regional.	La cultura cómic invade Medellín.
	Antioquia: cuna de la ingeniería.	La Oficina va a Arcomadrid 2015	¿Se salió de tono la radio joven?	No solo las rancheras unen a México y Colombia.	Mírame para alcanzar la alegría.
	La gran mujer que hay detrás de un rockstar.	Shakira ahora diseña juguetes.	Exprima la cámara de su celular.	Una noche de celebración coral.	Empresarios de gran corazón.
El Tiempo	Jorge Alí Triana lleva a Vargas Llosa al teatro musical.	Celulares y niños: sepa los riesgos y cómo prevenirlos.	Después de 20 años se, despide “La siempreviva”.	“La discapacidad es útil para crear un personaje”.	El día en que los muertos vuelven a la vida.
	“En Estados Unidos, el presentador es estrella”.	Las islas no quieren perder su memoria	Antología de un artista de la ironía.	Jorge Celedón estrena composiciones propias.	“En Shakespeare, la acción está en el texto”
	Leonardo Ramos ganó el Premio Prodigy.	“Este disco nace de mi lado femenino”	-----	-----	Una vitrina de sabores españoles.
El Espectador	Viviendo con un “rockstar”.	Detener el tiempo para ir al futuro. (reapertura Museo del Oro)	Los fantasmas de Goya.	El horror: síntoma de una época.	Relatos entre la luz y las tinieblas.
	La sonera del mundo.	El ballet de Corea.	-----	-----	La revolución cósmica del horror.
	-----	-----	-----	-----	El coloquio de las pequeñas letras.
TODOS	Cartelera de Cines				

La confusión existente se puede evidenciar pues en estos diarios unos días se trata el tema de la cultura desde una excelente perspectiva y al otro día se abordan temas tecnológicos, ambientales, etc. que no se comparan con los contenidos anteriores, los cuales si eran culturales. También, en estas páginas culturales se tratan varios temas de farándula y entretenimiento o se imprimen grandes publicidades que ocupan media o hasta una página entera.

De igual manera, hay medios en nuestro país que merecen ser reconocidos por su buen divulgamiento de las noticias y eventos culturales, como lo son la emisora Radiónica (frecuencia 99.9 FM, Medellín), la Emisora Cultural de la Universidad de Antioquia

(frecuencia 101.9 FM, Medellín), las revistas *Mal pensante*, *Arcadia*,

5. CONCLUSIONES

El periodismo a través de los medios de comunicación da gran parte de la información que se utiliza en la vida cotidiana, por lo tanto tienen el poder de configurar cualquier cultura. La falta de información cultural y la poca errónea que se recibe hoy en día acerca de esta misma, están produciendo una pérdida en la diversidad cultural y de la cultura en sí.

Se comprobó que la sociedad actual no tiene claro el concepto de cultura, por lo tanto su uso dentro de todas las áreas, especialmente dentro del periodismo, es erróneo y ha dejado un vacío el cual la farándula y el espectáculo han llenado haciendo que la identidad y el patrimonio cultural se pierdan.

Aunque existen medios que todavía defienden la esencia de la cultura dentro del periodismo, la ética periodística especialmente en el periodismo cultural, ya ha sido permeado y corrompido por el consumismo, la publicidad y los intereses económicos.

El poco éxito del periodismo cultural en nuestro país se debe a que a los Colombianos nos duele el bolsillo como para gastar en cultura.

El periodismo cultural empezará a influir en nuestra sociedad el día en que, tanto las personas que hacen parte de los medios como las que no, concibamos la cultura como un estilo de vida y nos apropiemos de ésta.

6. ANEXOS

CULTURA, ESTILO LATINOAMERICANO

La Organización de Estados Iberoamericanos acaba de publicar su Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales con resultados sorprendentes. Los latinoamericanos leen muy poco, nunca han asistido a teatro y casi no van a cine o conciertos. Eso sí, les encanta bajar música y películas y disfrutarlas en casa. Colombia no es la excepción.



POCO CINE
65%

de los latinoamericanos no ha ido a cine en un año, la mayoría "por falta de dinero".

En Nicaragua, el **82%** no ha ido.

En Costa Rica, el **49%**.

En Colombia, el **68%**.

MUCHA MÚSICA
65%

de los latinoamericanos escucha música en dispositivos de audio, la mayoría la ha bajado gratis de internet o comprado en la calle.

En Argentina, el **81%** lo hace.

En Colombia, el **67%**.

En Nicaragua, el **46%**.



CERO TEATRO
67%

de los latinoamericanos nunca ha ido a teatro, la mayoría "por desinterés".

En Nicaragua, el **86%**.

En Colombia, el **60%**.

En Uruguay, el **48%**.



MALA LECTURA

42%

de los latinoamericanos nunca ha leído para entretenerse.

En Honduras, el **60%**.

En Colombia, el **45%**.

En Uruguay, el **32%**.

¡QUÉ VIDEO!
56%

de los latinoamericanos ve películas en dispositivos de video, la mayoría la ha bajado gratis de internet o comprado en la calle.

En Ecuador, el **74%** lo hace.

En Colombia, el **57%**.

Honduras, el **32%**.



CONCIERTOS
68%

de los latinoamericanos nunca ha ido a un concierto o recital de música en vivo.

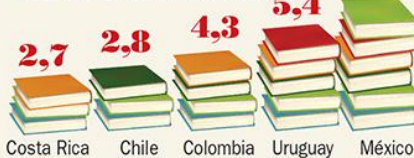
En Nicaragua, el **88%**.

En Colombia, el **71%**.

En Argentina, el **55%**.

RATONES DE BIBLIOTECA
3,6

libros leen en promedio cada año los latinoamericanos.



LA REGLA

Una conclusión es que a los latinoamericanos les duele el bolsillo como para gastar en cultura. La mayoría baja de internet o compra pirata en la calle para consumirla.

Fuente: Encuesta Latinoamericana de Hábitos y Prácticas Culturales 2013. Publicada en septiembre de 2014 por la Organización Iberoamericana de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

(Revista Semana, 2014)

Bibliografía

Catholic.net. (s.f.). Obtenido de Catholic.net:

<http://es.catholic.net/op/articulos/50185/qu-es-el-periodismo.html>

Eliot, T. (1948). *Notes Towards The Definition Of Culture*.

Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2010). *Resouesta a una sociedad desorientada*. Barcelona: Anagrama.

Real Académia de la Lengua Española. (s.f.). *RAE*. Recuperado el 2014, de Diccionario de la Real Académia Española: <http://lema.rae.es/drae/?val=cultura>

Real Académia de la Lengua Española. (s.f.). *RAE*. Recuperado el 2014, de Real Académia de la Lengua Española: <http://lema.rae.es/drae/?val=entretenerse>

Revista Semana. (27 de 09 de 2014). *Semana*. Recuperado el 2014, de semana.com: <http://www.semana.com/enfoque/articulo/cultura-estilo-latinoamericano/404167-3>

Rivera, J. (1995). *El periodismo cultural*. Buenos Aires.

Rubiano, E. (2006). ESCENARIO, BUTACA Y TICKET: EL MERCADO DE LA CULTURA EN EL PERIODISMO CULTURAL. *Tabula Rasa* , 132.

Suite 101. (s.f.). Obtenido de suite101.net: <http://suite101.net/article/el-concepto-cultura-definicion-evolucion-y-caracteristicas-a83729#.VFj5LPTF8QR>

Vargas Llosa, M. (2012). *La Civilización Del Espectáculo*. Bogotá: Alfaguara.

Vargas Llosa, M. (2012). *La Civilización Del Espectáculo*. Bogotá: Alfaguara.

Vargas Llosa, M. (2012). *La Civilización Del Espectáculo*. Bogotá: Alfaguara.

Vargas Llosa, M. (2012). *La Civilización Del Espectáculo*. Bogotá: Alfaguara.

Vargas Llosa, M. (2012). *La Civilización Del Espectáculo*. Bogotá: Alfaguara.