



## Tratamiento al periodismo cultural en medios impresos de Boyacá

### Treatment of cultural journalism in the print media of Boyacá

**Angy Paola Poblador Reay**

<https://orcid.org/0009-0009-8958-0470>

[appoblador@uniboyaca.edu.co](mailto:appoblador@uniboyaca.edu.co)

Universidad de Boyacá, Tunja, Colombia

**Laura Daniela Parra Niño**

<https://orcid.org/0009-0006-5365-0658>

[laudanparra@uniboyaca.edu.co](mailto:laudanparra@uniboyaca.edu.co)

Universidad de Boyacá, Tunja, Colombia

**Libia Carolina Pinzón**

<https://orcid.org/0000-0002-0488-1402>

[libia.pinzon@uptc.edu.co](mailto:libia.pinzon@uptc.edu.co)

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Tunja, Colombia

**Lizeth Rocio Rojas-Rojas**

<https://orcid.org/0000-0002-5449-1605>

[lizrojas@uniboyaca.edu.co](mailto:lizrojas@uniboyaca.edu.co)

Universidad de Boyacá, Tunja, Colombia

### RESUMEN

El artículo presenta un análisis sobre el tratamiento que se le da al periodismo cultural en el medio impreso Boyacá Siete Días y el portal digital El Diario (Tunja-Colombia). Se utilizó el análisis de contenido a través de una ficha hemerográfica aplicada a las ediciones N.º 3284 hasta la 3571 del periódico Boyacá Siete Días correspondientes al año 2017. A su vez en El Diario, al ser digital, el portal web y específicamente la pestaña de *Cultura* fueron objeto de análisis. Se indagó sobre las publicaciones realizadas desde el 4 de febrero hasta diciembre 28 del 2017. Se encontraron contenidos culturales sin mayor tratamiento periodístico y la agenda cultural es abordada desde la óptica del entretenimiento. Los temas culturales no están enmarcados en la agenda setting del medio. Se entrega una información general y masificada que no da lugar a una postura analítica, lo que conlleva a que se presente una información superficial.

**Palabras clave:** periodismo cultural, medios de comunicación, análisis de contenido, tratamiento de información.

Recibido: 08-01-24 - Aceptado: 29-06-24

### ABSTRACT

The paper presents an analysis of the treatment of cultural journalism in the print media Boyacá Siete Días and the digital portal El Diario (Tunja-Colombia). Content analysis was carried out through a newspaper file applied to the editions No. 3284 to 3571 of the Boyacá Siete Días newspaper corresponding to the year 2017. In turn, El Diario, being digital, the web portal and specifically the Culture tab were analyzed. We investigated the publications made from February 4 to December 28, 2017. Cultural content was found without any further journalistic treatment and the cultural agenda was approached from the perspective of entertainment. The cultural themes are not framed in the agenda setting of the medium. General and massive information is provided, which does not give rise to an analytical position, which leads to superficial information being presented.

**Keywords:** cultural journalism, media, content analysis, information processing.



## INTRODUCCIÓN

El periodismo es cultura en su esencia, aunque exista una rama del periodismo especializada en periodismo cultural, podemos decir que la razón de ser del periodismo es la cultura. Los medios de comunicación al pasar de los años se han esforzado por entregar información rápida, olvidando la calidad, porque en el periodismo se piden dos cosas: eficiencia y calidad, es aquí cuando se recuerda a Gabriel García Márquez “La mejor noticia no es siempre la que se da primero sino muchas veces la que se da mejor” (1996, p. 3). Debido a esto, es importante un análisis al tratamiento de la información ya que, el periódico se convierte en un medio que forma e informa y logra generar opinión dentro de la sociedad.

Día a día la prensa difunde diferentes expresiones artísticas y culturales que van surgiendo y nutren el quehacer periodístico. Las muestras culturales son inherentes a una sociedad, forman parte y conforman su realidad social, es un elemento constitutivo y constituyente de la misma. Los periodistas están escribiendo las páginas de la historia contemporánea, historia que en ocasiones no obedece a una investigación, criterio objetivo e interés general. Estas historias se ven enfrentadas a problemáticas porque están escritas a golpes de inmediatez, de sensacionalismo, diseños llamativos y textos cortos, todo con el fin de responder a intereses de terceros.

La cultura se encuentra ligada al desarrollo de la sociedad y no a fines de entretenimiento, es urgente atender a sus necesidades ya que además es un ámbito de sociabilidad por excelencia que aspira a reconocerse en valores y aspiraciones, a un sistema de creencias y valores. Las industrias culturales atraviesan una etapa de transición, porque la diversidad cultural deja de ser un obstáculo y comienza a adquirir valor como factor decisivo de un proyecto socioeconómico. Por lo tanto, las industrias culturales se convierten en creativas y se enfocan en la producción, promoción, difusión y comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial; generando gran peso dentro de la sociedad que las ha convertido en los principales focos de información cultural en la actualidad (Sosnowsky, 1999, p. 68).

A partir de la masificación del periodismo de espectáculo<sup>1</sup>, se fue formando una relación entre este y el periodismo cultural, haciendo que estos compartieran una misma área dentro de los diarios. La información cultural de los medios de comunicación en general, siempre ha sido uno de los aspectos a los que menos importancia se les ha dado, precisamente porque la agenda se ha enmarcado en hechos económicos, políticos y de coyuntura nacional e internacional. Resaltan unos temas y desconocen otros, se deja de lado lo que caracteriza la identidad de la sociedad. El periodismo cultural en Colombia se marca en la década de los cincuenta cuando llegó la televisión y periódicos como *El Espectador* o *El Universal* contaban con gruesos contenidos de literatura, arte, teatro, música y de crítica, manifestaciones clásicas de la cultura culta, donde el nobel Gabriel García Márquez enviaba sus populares cuentos a los Cano sin muchas pretensiones, con la esperanza de que fuesen publicados; o cuando nació el emblemático personaje Maqroll el Gaviero, del escritor colombiano Álvaro Mutis. Había un gran movimiento teatral y folclórico, una época en la que los medios, aunque pocos, ponían su atención en la cultura culta, cultura masiva y cultura popular teniendo en cuenta sus diferentes expresiones artísticas. Actualmente, se encuentra un mejor tratamiento de la información y desarrollo de temas culturales en revistas, caso Colombia, como: *El Malpensante*, *Arcadia*, *Bacánika*, entre otras que fortalecen este periodismo con escritos de largo aliento, que permiten meterse dentro de la psicología del personaje y reflejar todos los elementos del ambiente, apoyado en varias entrevistas a profundidad. Se explica un hecho no se califica. Presentado en formato crónica, reportaje o perfil en los cuales se refleja una ardua reportería e interés de investigación. “El periodista es como el director del casting de una película, que a veces no se siente convencido por un personaje y busca hasta que encuentra al sujeto que lo hará desarrollar la historia que quiere contar” (Ramos, 2012, p. 2).

Tunja es rica en muestras artísticas, cuenta con eventos, artistas, costumbres y colectivos culturales de gran renombre a nivel nacional. De igual forma, al ser una ciudad universitaria el movimiento cultural es constante. Los

<sup>1</sup> Raúl Peñaranda, periodista: busca entretenimiento, es decir provocar esparcimiento. Su función, a diferencia de los otros géneros, no es la de difundir el relato de un hecho y su valoración, sino la de divertir y distraer. En este género están incluidos las tiras cómicas y las caricaturas, de crucigramas, juegos, horóscopo, etc.



medios de comunicación locales dentro de su responsabilidad social tienen el deber de informar sobre este tipo de producciones artísticas, lo cultural se pierde hoy en divisiones confusas de turismo, gastronomía, moda y contenidos patrocinados.

Teniendo en cuenta este panorama, se decidió adelantar una investigación enfocada en conocer el desarrollo del periodismo cultural. Se trabajó sobre un número significativo de publicaciones periodísticas de cultura del 2017 de los periódicos Boyacá Siete Días y El Diario, en ellas se analizó el tratamiento de las notas culturales ahondando en rutinas periodísticas.

## METODOLOGÍA

Dentro del proceso metodológico, se utilizó el análisis de contenido. A partir de un formato hemerográfico se exploraron características como: manejo de fuentes, jerarquización de la información, tratamiento, seguimiento o silenciamiento a los hechos que provocaron la noticia, géneros utilizados, temática y profundidad en el tema.

La muestra estuvo constituida por las ediciones N.º 3284 hasta la 3571 del periódico Boyacá Siete Días correspondientes al año 2017. A su vez en El Diario, al ser digital, el portal web y específicamente la pestaña de *Cultura* fueron objeto de análisis. Se indagó sobre las publicaciones realizadas desde el 4 de febrero hasta diciembre 28 del 2017.

Se utilizó el siguiente formato hemerográfico de análisis de contenido, donde se analizaron algunas características específicas de las notas de cada medio relacionadas con la información cultural.

Formato No. 1

Medio:

Número total de notas:

Nota	Número de edición	Fecha de publicación	Titular	Descripción de la nota	Número de fuentes	Género	Temática
1							
2							
3							

## RESULTADOS

El objetivo de esta investigación fue analizar el tratamiento al periodismo cultural teniendo en cuenta que determinadas representaciones de cultura se construyen en el quehacer periodístico cotidiano. En estos dos medios la producción de noticias es permanente, aunque Boyacá Siete Días sea impreso diariamente y El Diario sea semanal, este último cuenta con un recurso que lo complementa: noticias culturales de forma digital, lo cual hace que diariamente sea necesaria la producción de noticias.

Con referencia al tema de cultura Pedro Essau Mendieta, fundador del periódico El Diario, da una visión extendida por todo el departamento, generada por lo que viene de norte a sur y de este a oeste enriqueciendo al periodismo cultural, tanto tunjano como boyacense:

La cultura es un tema amplio en un departamento como este, porque hay patrimonio tangible e intangible; es muy rico en cada uno de los 123 municipios boyacenses. Somos una región diversa, el departamento territorialmente es muy interesante. Tenemos desde las tierras del piedemonte llanero, que de alguna manera compartimos con la llanura; las tierras de la Sierra y fronterizas con el país vecino (Venezuela); tenemos un corredor donde se asentó por primera vez una república, tanto así que tenemos el lugar donde se luchó por obtener esa república (Puente de Boyacá) y tenemos un territorio que conecta con el gran río, entre otras grandes características. Fíjese que por donde lo mire hay riqueza cultural muy estudiada, pero poco comprendida. (P. Essau, comunicación personal, 27 de febrero del 2020).

Los periodistas culturales se forman a partir de expresiones artísticas; los músicos que empiezan a informar sobre música, los literatos que empiezan a crear piezas periodísticas o los pintores que se unen a los teatreros y crean su

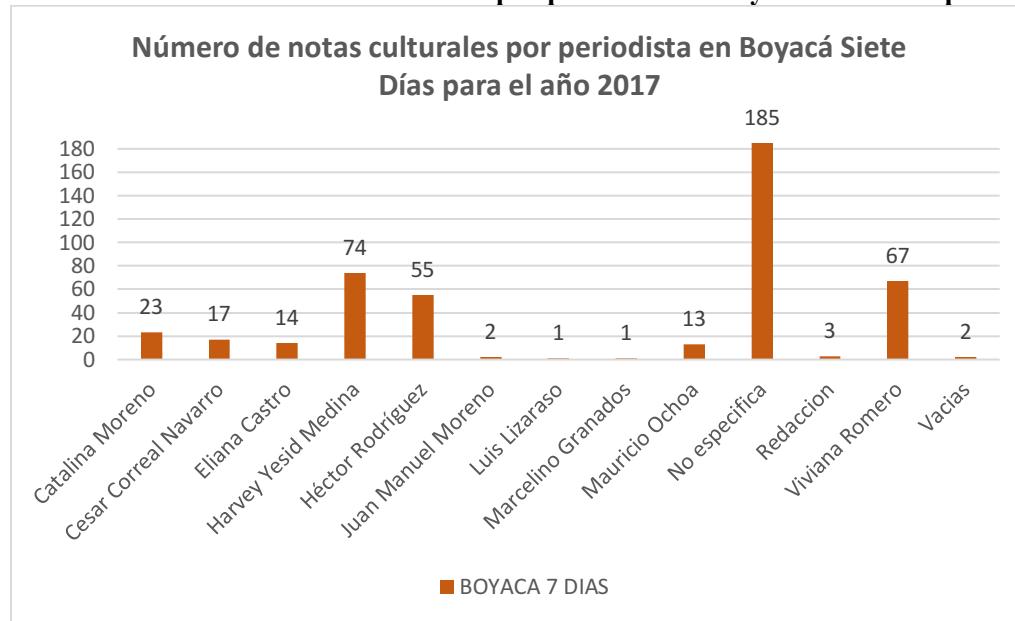
propio portal para hacer visible sus muestras artísticas. Sin embargo, ocurre que los temas culturales han llegado a ser estigmatizados en los diarios siendo relegados a ser información de relleno, por lo que el mismo periodista que cubre deportes, política o economía hace notas de cultura, en consecuencia, no da lugar a una especialización en el tema cultural.

Para entender más a fondo la conducta asumida por los medios de comunicación locales respecto al tratamiento del periodismo cultural, se recolectó información de manera minuciosa aplicando el formato hemerográfico de análisis de contenido que se creó exclusivamente para la investigación y se complementó con el desarrollo de seis entrevistas en profundidad a periodistas y editores. Con esta información se pudo determinar: géneros usados, orientación de una noticia, tipos y cantidad de fuentes, temáticas más repetidas, entre otras características. Cuantitativamente algunos de los resultados arrojados fueron:

En el año 2017 se produjeron un total de 652 notas culturales en Boyacá Siete Días y El Diario, siendo 457 de Boyacá Siete Días y los 195 restantes de El Diario (63 de ellas elegidas para edición impresa). En el caso de Boyacá Siete Días las temáticas más recurrentes en la sección de cultura fueron: religión, música, ferias y fiestas. Mientras que en El Diario se le dio mayor relevancia a; tradiciones, música, turismo, literatura y eventos que hacen parte de la identidad tunjana y boyacense.

Para esa época Boyacá Siete Días contaba con un equipo numeroso de periodistas, para la producción diaria del periódico, ellos cubrían los hechos dependiendo del acercamiento que tuvieran con el tema, es por esto, que al analizar las notas culturales realizadas en 2017 se encontró una gran variedad de periodistas como se presentan en gráfico 1:

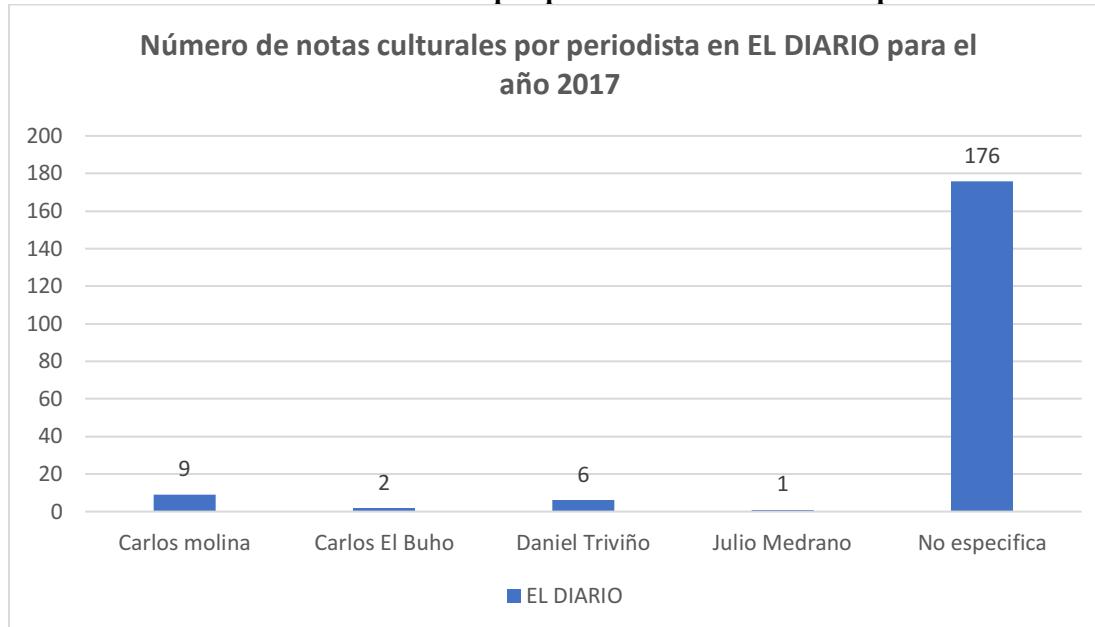
**Gráfico 1. Número de notas culturales por periodista en Boyacá Siete Días para el año 2017**



Fuente: Elaboración propia.

Mientras que, a su vez, en El Diario, para el año 2017, se contaba con un equipo total de seis periodistas quienes diariamente alimentaban el portal web y alistaban la versión impresa, publicada cada lunes. Se encontró que las notas en un 90% nunca fueron marcadas por los periodistas que las escribían. Según comentaba Pedro Essau, el medio sugiere mantener invisible esta información por políticas no mencionadas. Con los datos encontrados se graficó la información así:

**Gráfico 2. Número de notas culturales por periodista en EL DIARIO para el año 2017**



Fuente: Elaboración propia.

Para el periodista de hoy subestima la importancia de su rol en la sociedad, reducido al de redactor de los hechos que suceden, sin más propósito que el de hacer circular su medio y de entretenir a lectores apresurados con historias sorprendentes. Por esta subestimación del trabajo es que, de las salas de redacción de medios regionales emergen artículos sin un tratamiento pertinente sobre el tema, información escasa de fuentes, titulares poco elaborados, redactados de una manera llamativa cayendo en el morbo, contenidos patrocinados y otro sin fin de problemáticas que desarrollan en el lector malos hábitos de consumo porque se acostumbra a recibir una información ligera.

Ni Boyacá Siete Días, ni nosotros en El Diario, nos ocupamos específicamente del periodismo cultural, porque no da para que las personas se dediquen a eso. Esa es una carencia, y hacemos lo mejor que podemos en medio de las carencias que hay. (P. Essau, comunicación personal, 27 de febrero del 2020).

No obstante, en los medios locales existen periodistas apasionados por las muestras culturales y son ellos quienes abren espacio en los medios de comunicación para informar sobre lo que pasa con artistas regionales en sus diferentes expresiones artísticas:

Ejemplo, Boyacá Siete Días (9 de mayo del 2017): "*Los carrangarockers se van de gira por Europa*" Titular de nota publicada, en este caso se ve como desde el periodismo cultural exaltan un logro de artistas boyacenses.

También, se preocupan por dar a conocer el desarrollo cultural en la ciudad exaltando los eventos que se realizan en espacios culturales como: cafés y eventos organizados en los espacios públicos de la ciudad.

Ejemplo, El Diario (21 de marzo del 2017): "*Al aire libre se toma Tunja*" Titular de noticia publicada en el portal web, donde se describe el evento y se invita a la comunidad a participar.

Debido a las rutinas y gustos de los consumidores, la prensa local asume dar la información que el público pide respondiendo a la inmediatez y brevedad. "Quiere uno publicar muchas cosas, pero a veces la inmediatez de la información no deja que se tenga el tiempo de escribir una crónica" (C. Bohórquez, comunicación personal, 28 de julio del 2019).



Adriana Villamil trabajó como periodista para Boyacá Siete Días cuando este medio aún pertenecía a casa editorial El Tiempo y afirma lo siguiente sobre las rutinas de trabajo en el medio:

Hay unos horarios estipulados para imprimir el periódico y siempre se genera presión porque se debe cumplir con esos horarios. El consejo de redacción se hacía a las 7:00 p.m. cuando la edición del día siguiente ya se había enviado a impresión. Nos reunimos los periodistas con el jefe de redacción, se proponen los temas, luego de aprobados se tiene poco tiempo porque al ser diario se debe trabajar sobre el tiempo y bajo presión, un tiempo récord para obtener la información, conseguirla de manera juiciosa y rápida para que la nota salga a tiempo. (A. Villamil, comunicación personal, 3 de febrero del 2020).

Dos años ha sido el tiempo en el que esta investigación ha logrado ahondar en los quehaceres periodísticos de Boyacá Siete Días y El Diario, tiempo en el cual, hemos notado que el estado del periodismo cultural de estos periódicos ha avanzado. Por una parte, Boyacá Siete Días a partir del año 2018 pasó a ser propiedad de una Sociedad Anónima Boyacense, se desligó de casa editorial El Tiempo y debido al cambio de dirección general, la cual ahora es asumida por Ricardo Bautista Pamplona, un gestor cultural del departamento, el medio ha modificado su visión. Con su llegada se creó la página web, lo que ha potencializado generar contenidos transmedia insertando entrevistas, crónicas y reportajes en formato vídeo, crónicas escritas y podcasts.

Belén Osorio es cantante y la actual editora web de Boyacá Siete Días, al ser artista ha estado inmersa en el movimiento cultural del país y del departamento por eso, con el periodismo desea generar nuevos formatos que dan un desarrollo de periodismo cultural más amplio.

Yo no soy periodista de noticias, de inmediatez, yo hago más temas culturales, en productos como crónicas o reportajes de lugares, de gastronomía, cultura general. Todo pensado en la atemporalidad que se requiere en los productos que se entregan en la web de Boyacá Siete Días. Nuestro canal actualmente es YouTube, la idea es generar contenidos que no caduquen y que sean de interés general permanente. (B. Osorio, comunicación personal, 6 de marzo del 2020).

El Diario mantiene la creación de notas digitales alimentadas muchas veces por contenido multimedia en formatos de entrevista, noticia, reportaje y en algunas ocasiones crónica. Esta herramienta, permite una mayor exploración al tema y a las fuentes consultadas. Actualmente, el equipo de trabajo ya no es el mismo del año 2017, ahora solo un periodista realiza notas para el medio y se encuentran en proceso de selección de nuevos profesionales. Lo anterior debido a que, el medio espera el relanzamiento de la estrategia Vive Boyacá, donde pretende mostrar aquellas tradiciones y costumbres de los 123 municipios del departamento. Como comenta su director Pedro Essau Mendieta:

Tenemos un proyecto híbrido en construcción entre la cultura, el turismo y lo social, denominado Vive Boyacá. Funcionará como un aparte especializado, una página donde se hable de las cosas bonitas y profundas de Boyacá. Que sirva como instrumento de empoderamiento de la gente. Todo fundamentado en la cultura, poder hablar de la gastronomía y saber en qué se fundamenta esta tradición y su ancestralidad. (P. Essau, comunicación personal, 27 de febrero del 2020).

El avance del periodismo cultural en estos dos medios ha sido amplio, sin embargo, aún quedan historias por contar y géneros periodísticos que esperan ser explorados y aplicados. Esta investigación puso en perspectiva el nivel de desarrollo y el tipo de aproximación a la práctica que el periodismo cultural ha alcanzado en la ciudad, asimismo, muestra problemáticas y desafíos de quienes lo están produciendo y difundiendo.

### **Uso de los Géneros Periodísticos en el Tratamiento de Temas Culturales**

Analizar la manera de hacer periodismo cultural en Tunja, implicó una investigación al tratamiento de la información teniendo en cuenta, cómo cada medio (Boyacá Siete Días y El Diario) jerarquiza la información, maneja las fuentes, desarrolla un tema, y lo más importante, cómo usa los géneros periodísticos en el tratamiento de temas culturales. Por eso, el análisis de contenido fue la herramienta fundamental para el desarrollo de esta investigación.

### a) Géneros periodísticos

Los géneros periodísticos “son entendidos como clasificaciones en las que se puede catalogar una información, empleados a su vez, para contar hechos que corresponden a la actualidad”. Peñaranda (2012, p. 5), periodista y analista político boliviano los clasifica en:

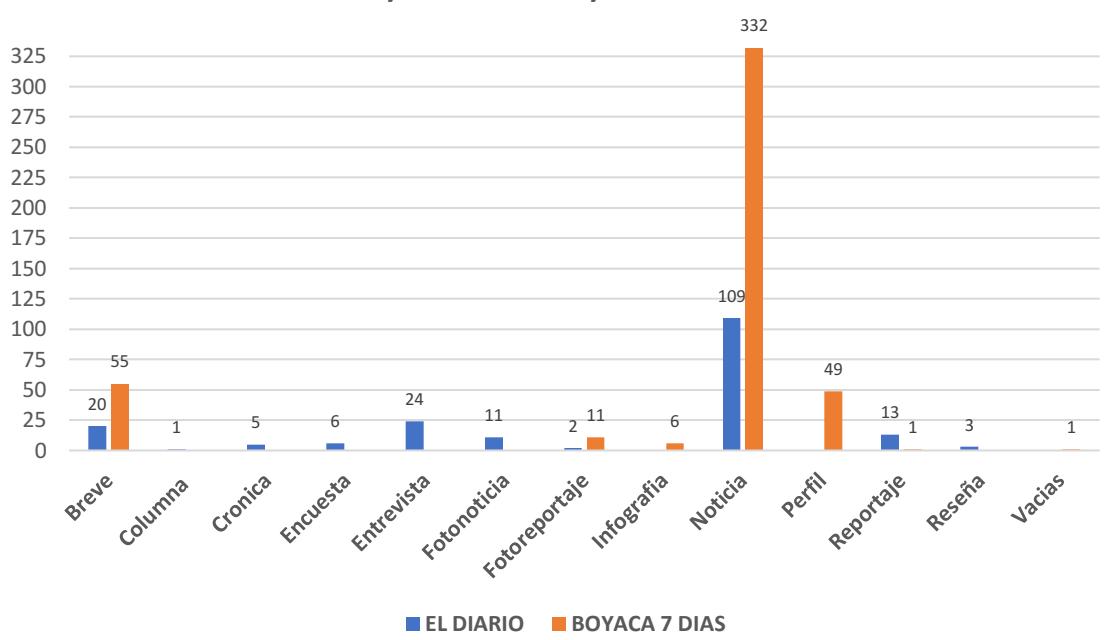
- **Informativos**, su objetivo es dar cuenta de la actualidad con un lenguaje objetivo y directo
- **De opinión**, su finalidad es expresar el punto de vista de quién los escribe, que interpreta y como comenta la realidad
- **Interpretativos**, en los que además de informar de un suceso o acontecimiento, el periodista expresa su opinión.

Los periodistas no solo reproducen lo que ven y oyen, ejercen también una investigación sobre lo acontecido, porque los hechos no se producen descontextualizados de una situación económica, social y política concreta. Los hechos no surgen aislados de una realidad más amplia, se insertan en ella. (Fagoaga, 1982, p. 11).

Basados en estos referentes de géneros periodísticos, al hacer el análisis de contenido a las secciones de cultura de los dos periódicos, se pudo percibir una tendencia hacia el uso del género informativo, las notas culturales se presentan tanto en formato noticia como breves informativas. En el siguiente gráfico se exponen los formatos periodísticos más usados, para presentar la información cultural de Boyacá Siete Días y El Diario en el año 2017, haciendo una comparación entre los dos, teniendo el número total de notas en cada formato para cada uno:

**Gráfico 3. Formatos periodísticos más usados, para presentar la información cultural de Boyacá Siete Días y El Diario en el año 2017**

Formatos periodísticos más usados, para presentar la información cultural de Boyacá Siete Días y El Diario en el año 2017



Fuente: Elaboración propia.

“La noticia se basa en un relato breve y esquemático de los acontecimientos ocurridos recientemente, donde lo importante es contar de la forma más concisa, breve y clara posible, un hecho verdadero, inédito, de actualidad, y de interés general” (Aldunate & Lecaros, 1989, p. 34).

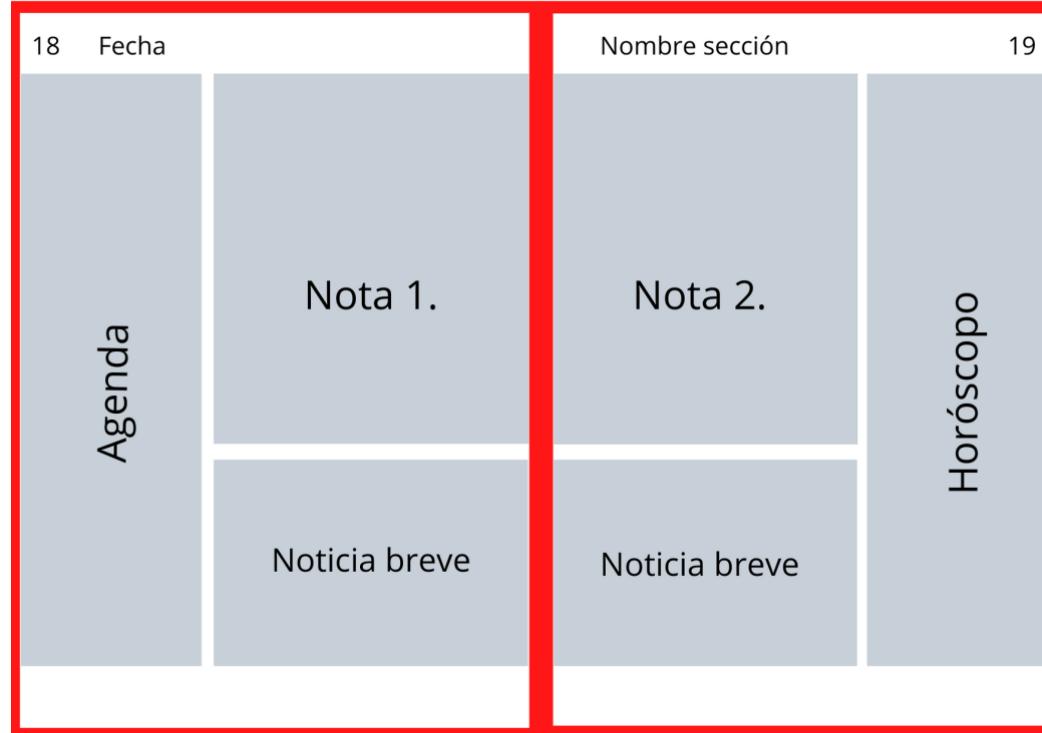
Para llevar a cabo un análisis profundo sobre el tratamiento de temas culturales, en Boyacá Siete Días se seleccionaron los ejemplares desde la edición N. º 3284 hasta la N. º 3571, siendo estas ediciones las

correspondientes al año de análisis de la investigación (2017), con los ejemplares seleccionados se procedió a analizar la sección *Tiempo Libre*, sección específica para publicaciones sobre cultura. A su vez en El Diario, al ser digital, el portal web y específicamente la pestaña de *Cultura* fue objeto de análisis. allí se indagó sobre las publicaciones hechas desde el 4 de febrero hasta el 28 de diciembre del 2017 cumpliendo con lo propuesto desde el principio en la investigación.

En Boyacá Siete Días, para el año 2017, *Tiempo Libre* fue la sección específica para publicar las notas de cultura, esta sección ocupaba las páginas 18 y 19 de las 21 páginas habituales, es decir la cultura quedaba al final del diario acompañada de la página social, los pasatiempos y las notas de entretenimiento. La información sobre cultura publicada era informativa, respondiendo a las preguntas qué, cómo, cuándo, dónde y por qué, eran escasos los formatos como crónica, perfil o reportaje. “En el año 2017 si se quería agregar una sección nueva al diario, tenía que tener aprobación de casa editorial El Tiempo, no se podía hacer mayor cosa. Ahora es más autónomo”. (B. Osorio, comunicación personal, 6 de marzo del 2020).

La diagramación de la información en esta sección iba de la siguiente manera:

Figura 1. Ilustración mapa de diagramación sección *Tiempo Libre*, Boyacá Siete Días, 2017.



Fuente: Elaboración propia.

En la doble página de la sección *Tiempo Libre* son fijas las columnas agenda y horóscopo. La jerarquización de la información va de la siguiente manera: dos notas principales y dos noticias breves debajo de las principales. En algunas ocasiones iba solo una nota doble página o dos notas, una en cada página, pero siempre acompañado de la columna agenda y horóscopo. Los temas más mencionados fueron historias de vida, eventos culturales, ferias y fiestas.

Además, los temas culturales no eran usuales en la portada del periódico, cuando salían ocupaban un fragmento pequeño en la esquina o en caso de ser central el tema iba relacionado a fiestas de pueblo o algunos especiales sobre personajes boyacenses. En cinco oportunidades algunos temas sobre cultura ocuparon un espacio en Actualidad Boyacá, la sección central del medio para esa época.



Los temas del periodismo cultural no siempre están dentro de la agenda setting del medio de comunicación. Un medio puede darle la importancia que deseé al hecho noticioso y convertirlo en interés nacional. Donald Shaw, es uno de los creadores de esta teoría, sostiene que: en consecuencia, de las acciones de los medios de comunicación, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida o pasa por alto.

Cabe destacar que, Boyacá Siete Días para el año 2017 contaba con una sección llamada *Boyacenses de Hoy*, en la que cada sábado hacían un especial a un boyacense destacado. Esta sección pertenece al género interpretativo donde se escriben especiales que se acercan a los formatos crónica o perfil. “Se destacan boyacenses ilustres; se evalúa la persona, los premios y logros que ha tenido. A la entrevista va un fotógrafo con el periodista, las entrevistas son largas porque es conocer la vida completa para tener de dónde escribir. Se le pide a la persona fotos de su infancia, de momentos clave de lo que se está contando en la historia.” (A. Villamil, comunicación personal, 3 de febrero del 2020).

Hoy en día, Boyacá Siete Días tiene un desarrollo cultural amplio, con la nueva administración se buscó dar una nueva perspectiva al diario. Con el lema *más boyacense* en la versión impresa se agregaron nuevas secciones específicas, por ejemplo: *Cultura, De Boyacá en los Campos, Por la Historia de Boyacá, Cuidado de Mascotas, Tecnología, Santoral, entre otras*. De la misma manera, en la página web hay secciones como: *Crónicas Siete Días, Boyacensiando, Boyacenses desde lejos, entre otras*.

os contenidos que se están abordando tienen como fin enseñar a través de un medio de comunicación. Es un aporte importante para el periodismo cultural, no nos quedamos en la noticia del muerto, del desaparecido, o del político. Actualmente el 80% del total del diario es cultura, desde la página de Tiempo Libre donde salen los eventos y recomendaciones, hasta temas atemporales como colecciónables, que contribuyen con educar a la gente. (B. Osorio, comunicación personal, 6 de marzo del 2020).

“En países como México, España, Colombia, donde el patrimonio tiene una tradición establecida, los comunicadores tienen tareas complejas que exigen mucho trabajo, lo que implica una capacitación y especialización para evitar que las secciones culturales se consideren primas de las secciones de viajes o del hogar” (Feliciano, 2011, p. 3).

Mientras tanto, en El Diario la sección Cultura en la página web del medio fue la específica para publicar este tipo de notas en su gran mayoría con inclinación al género informativo. Se encontraron temáticas específicas como: literatura, danza, música, personajes, gastronomía. La creación de etiquetas específicas como: ‘*Vive Boyacá*’ y ‘*AgendaEd*’, para temas como turismo, eventos y fiestas tradicionales, también fue algo que resaltó al hacer el análisis de contenido.

La sección Cultura aparece ubicada de quinta en la barra de inicio de la página web del periódico y en cada una de las noticias se puede apreciar el titular, cuerpo y foto de la noticia acompañado de número visualizaciones y etiquetas correspondientes. Las 194 notas culturales realizadas por los periodistas del medio para el año 2017, están publicadas en esta dirección web: <https://periodicoeldiario.com/>.

El género más empleado al momento de presentar la información fue el informativo, con textos que no superaron las 200 palabras y en muy pocos de ellos había profundidad en los hechos mencionados. Noticia, breve, reportaje y entrevista, fueron algunos de los géneros periodísticos usados, que dependiendo de la temática o la relevancia (dada por el medio), eran acompañados de un trabajo multimedia. Por lo general, el texto iba acompañado de una imagen tomada por el único fotógrafo del medio, Hisrael Garzón Roa, o tomada de archivo según cada caso. Todos los contenidos que aquí se publicaban eran compartidos en Twitter, la red social que masifica la información del medio. Carlos Molina es comunicador social, egresado de la Universidad Santo Tomás y para el año 2017 periodista de El Diario, él comenta cómo se realiza el tratamiento al periodismo cultural en el periódico.

El tiempo es el que no permite desarrollar otras narrativas como la crónica que envuelven más a la gente.

El tratamiento a las notas culturales no es el mismo que en las otras temáticas, porque en los medios no tienen al periodismo cultural como una prioridad, y suena feo decirlo, pero este periodismo sirve como un relleno. (C. Molina, comunicación personal, 3 de marzo del 2020).



The screenshot shows the El Diario website's main page. At the top, there's a red header bar with the newspaper's name 'EL DIARIO' in white. Below it, the navigation menu includes 'ED', 'TURÍA', 'POLÍTICA', 'MEDIO AMBIENTE', 'DEPORTES', 'CULTURA', 'OPINIÓN', 'EDTV', and 'VIVE BOYACÁ'. Under the 'CULTURA' section, there are two articles: one about recommendations for cultural spaces during COVID-19 and another featuring Claudia Del Valle, director of Teatro Colón. The date 'martes, marzo 17, 2020' is visible at the top left.

Imagen 2: Vista de la pestaña Cultura

Fuente: El Diario

En cuanto a las problemáticas encontradas en las narrativas, se pudo evidenciar la escasez de fuentes. “El periodismo cultural está relegado a ser información de relleno en los medios, por ejemplo, en Boyacá lo judicial es lo que da noticia”. (C. Molina, comunicación personal, 3 de marzo del 2020). En el caso de las fuentes, se cae en errores como: no consultar o cotejar la información con el implicado, ir siempre a la fuente de consulta más popular del hecho y dar inmediatez más que novedad y profundidad a una noticia o hecho.

Daniel Triviño es periodista de El Diario desde hace cuatro años, él comenta de la trayectoria del periódico:

El periódico tiene 24 años y en este tiempo su especialidad siempre ha sido el cubrimiento de temas políticos, pero no es excluyente para otros temas. En cuanto a los temas culturales lo hacemos cuando realmente sobresalen o pesan más para ir en el impreso. Tiene que ser algo trascendental para que gane un espacio en el semanario. El tratamiento en cuanto a elaboración y a lenguaje cambia, de acuerdo con el público objetivo. (D. Triviño, comunicación personal, 27 de febrero del 2020).

### b) Construcción de una nota cultural

“Un buen artículo de periodismo cultural debe atrapar al lector como lo hacen las revistas. En las tapas vemos a una persona muy conocida o un tema atractivo que nos llevan a ver las historias que están adentro. El inicio de un texto también debe ser algo atractivo para el lector. Una vez que lo tenemos, debemos llevarlo a conocer la historia completa” Levi (2019, p. 2).

El periodismo cultural tiene validez en todos los géneros periodísticos, temas y plataformas donde se quiera publicar la historia. Para Ramos (2016, p.5), el periodista cultural debe tener: “don de gente y ser contador de historias, este periodismo exige una sensibilidad por parte del periodista y unos conocimientos previos los cuales permiten narrar con rigor y cautivar al lector”. Este periodismo no puede responder a la inmediatez, su mejor elemento es el tiempo, el cual ayuda a tener un mejor tratamiento y cautivar con un enfoque propio, el comienzo debe poner el foco sobre algo; una historia, una persona, un hecho o un detalle, así el lector se sentirá atraído. Estos son detalles que como periodista cultural se deben tener en cuenta al momento de empezar la construcción de la nota cultural.

En el Diario tenemos la sección cultural, pero aún falta mucho trabajo de comunicación. Tunja y todo el centro del departamento tienen elementos que se pueden aprovechar. Para la organización de las notas impresas, se utilizan los eventos principales de la ciudad y lo que sucede a diario. (P. Essau. Director El Diario, comunicación personal, 27 de febrero del 2020).

The screenshot shows a printed page from the El Diario newspaper. The title of the article is 'Feria del libro de Tunja fue un completo éxito'. The text discusses the success of the book fair, mentioning the participation of many citizens and the availability of books at a low price. It also quotes Camilo Hernández Rojas, a representative of the fair. The page number '16' is visible at the top right.

Imagen 3: Vista página impresa del periódico en el portal web de El Diario

**T**anta vez por cuenta vez la Feria del Libro. El año organizado por el Fondo de Cultura Económica, atrajo la atención de una multitud de ciudadanos, que pudieron adquirir libros del Banco de la República para conseguir libros a un modesto precio y para incentivar las lecturas literarias entre otros ciudadanos.

Durante los ocho días que duró el evento, los boyacenses pudieron encontrar libros de diferentes áreas de conocimiento, dirigidos tanto a niños y jóvenes, filosofía, política y derecho, economía, sociología, literatura y ciencias entre otros.

Las exposiciones editoriales de la feria en la capital boyacense habían de su juventud en territorio boyacense, pero por el interés mostrado por los ciudadanos, se extendieron las fechas, fueron varias las editoriales que se sumaron y terminaron participando de la feria.

Organizó el punto de venta de la feria, fue la interesante participación de autores boyacenses, a pesar del pedido de algunos ciudadanos que han llegado al evento buscando que se cancelara la feria de los autores.

“Lamentablemente no tuvimos obras de otros boyacenses. Varias personas me han hecho la sugerencia de incluirlos y la idea es que en la

próxima feria incluyamos sus libros.”

“La feria tuvo un éxito total, estuvo bien su segunda edición en Tunja. La gente pudo encontrar libros desde cinco mil pesos y para todas las edades”,

Camilo Hernández Rojas  
Representante de la Feria del Libro



Al hacer el análisis de contenido de los medios, Boyacá Siete Días y El Diario, un ejercicio consistió en crear un comparativo entre notas sobre el mismo tema de cultura, para analizar la manera como cada medio informa el tema.

**Tema a analizar:** Evento Tomatina en Sutamarchán - Boyacá

**Objeto de muestra:** Notas periodísticas de Boyacá Siete Días y El Diario

**Objetivo:** Comparar el enfoque y tratamiento en que cada medio se refiere a un mismo tema

Este es un ejemplo de noticia cultural en el diario Boyacá Siete Días:

**Titular:** Se divirtieron con 35 toneladas de tomate

**Fecha publicación:** martes 20 de junio del 2017

**Página:** doble página (18-19)

**Sección:** Tiempo libre

**Lead:** Cientos de niños, jóvenes y adultos, literalmente se bañaron en “salsa” en Sutamarchán

**Cuerpo:** En una gigantesca, pero improvisada piscina de salsa de tomate, terminó convertida la cancha del estadio de Sutamarchán la tarde del domingo.

Todo por cuenta de un evento que nació el 5 de junio de 2004, emulando la idea que trajo el empresario boyacense, Heynner Suárez, de Buñol (España), y que realiza cada año en homenaje a los campesinos y cultivadores.

Entre los puntos que mayor cantidad de público convocaron, estuvo el desfile de disfraces y comparsas en homenaje al tomate y el comelón de esta hortaliza. En el evento central “a tomatazo limpio”, los adultos se divirtieron más que los niños y se gozaron las 35 toneladas de tomate no apto para el consumo humano.

“Esto es sencillamente espectacular, una muy buena acción lo que realizan en este lindo municipio y a pesar de estar más cerca de España, por cosas de la vida lo tuve que venir a gozar acá en Colombia”, señaló Hanss Moller, visitante alemán.

“Cada año llegan más visitantes, y este año, por ejemplo, la cantidad de turistas y extranjeros fue muy alta; llegaron por grupos especialmente de Alemania, Estados Unidos, orientales, francesas y desde luego de países de habla hispana, que nos felicitaron una vez más por citar a esta actividad única en América”, explicó el organizador Heynner Suárez.

Este es un fragmento a modo de ejemplo de noticia cultural en El Diario:

**Titular:** Se realizará la decimoprimer Gran Tomatina en Sutamarchán

**Fecha publicación:** 26 de abril del 2017

**Página:** Publicación en la página web de El Diario <https://periodicoeldiario.com/se-realizara-la-decimoprimer-gran-tomatina-en-sutamarchan/>

**Sección:** Cultura

**Vistas:** 3421

**Lead:** Este evento es de gran tradición para los habitantes del municipio y del territorio boyacense.

**Cuerpo:** Este encuentro en Colombia, fue creado por el abogado y productor de tomate, Heynner Suarez, oriundo del municipio y cuenta con una amplia trayectoria en el tema agrícola, ya que se ha desempeñado en importantes cargos en entidades como el ICA. Este espacio fue diseñado para impulsar la capacitación y la transferencia de tecnología tanto para los cultivadores de campo abierto y los de invernadero, quienes recibieron asesoría y formación temas técnicos como: tratamiento de suelos, aguas, semillas, fertilizantes para cultivo de tomate y hortalizas, entre otros.



Esta iniciativa tuvo origen en el municipio de Buñol en España, donde los pobladores se reunían el primer festivo de junio de cada año, para realizar una divertida y curiosa batalla de tomates maduros, expresando lazos de amistad, compañerismo, hermandad, sin importar la raza, color de piel o estrato económico.

En el caso de la Tomatina de Sutamarchán, también va acompañada de cabalgatas, carrozas, comparsas, bandas musicales, artesanías, disfraces, concursos, demostraciones musicales y exhibiciones alusivas al tomate.

En esta ocasión, la Gran Tomatina Colombiana iniciará el día 17 de junio y culminará el 19 del mismo mes.

#### Cuadro comparativo notas sobre evento La Tomatina en Boyacá Siete Días y El Diario

Boyacá Siete Días	El Diario
<p>Similitudes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Con el segundo párrafo, el periodista da al lector, información sobre la historia del evento</li> <li>• La nota pertenece al género informativo, noticia, aunque por la diagramación se asemeja a un fotorreportaje.</li> </ul>	<p>Similitudes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El párrafo de introducción es hace referencia a los hechos históricos que originaron el evento.</li> <li>• Es una nota que pertenece al género informativa, presentada en formato noticia</li> </ul>
<p>Novedad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aporte fotográfico</li> <li>• Uso de apartes descriptivos y literarios: “Y cuando ya estaban literalmente lavados en el espeso jugo oscuro y de impregnante olor, salían corriendo para buscar a amigos para embadurnarlos.”</li> <li>• Dedicaron una doble página para el tema</li> <li>• Dos fuentes citadas</li> </ul>	<p>Novedad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía de portada es llamativa</li> <li>• Presenta información de las actividades adicionales que se realizan en el evento en el párrafo de cierre</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la manera en cómo cada uno de los medios entregó una misma información se puede percibir una tendencia al uso del género informativo, usando la noticia que responde las preguntas: qué, cómo, cuándo, dónde, quién y por qué, no tiene mayor tratamiento. Se preocupa por contar un hecho verdadero, ocurrido recientemente, es claro y breve, inédito y de interés general. Pero la cultura nos exige ir más allá como periodistas, es un trabajo que consiste no tanto en informar sino en entender, Santibáñez (1974, p. 24) afirma lo siguiente:

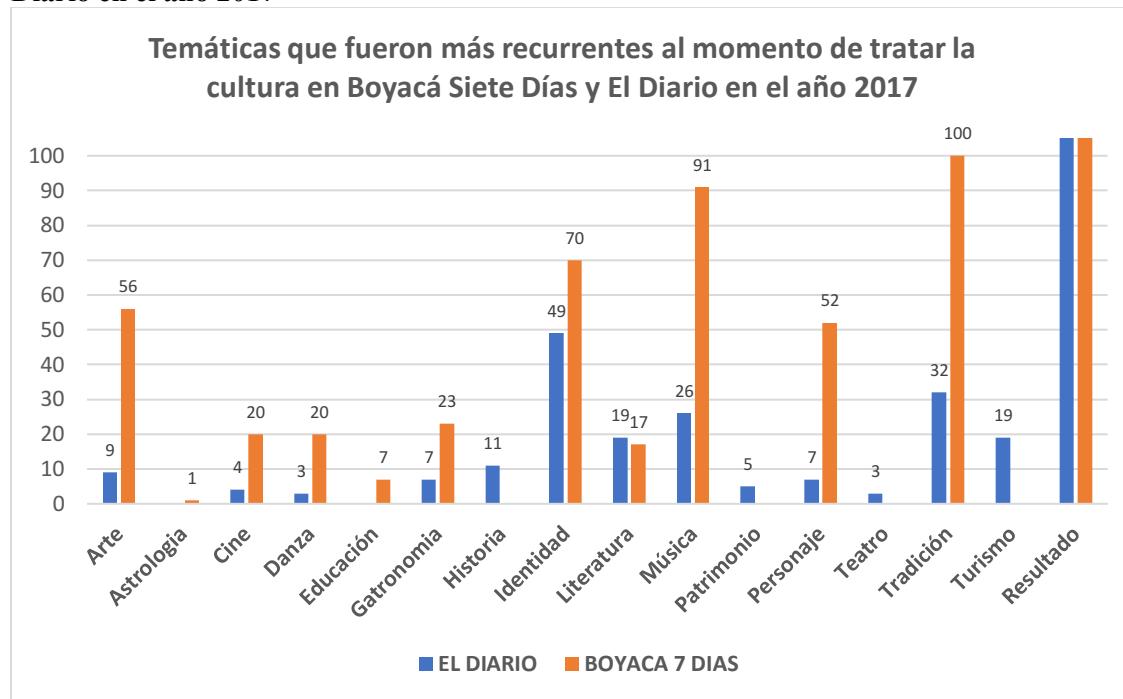
Interpretar, desde el punto de vista periodístico, consiste en buscar el sentido a los hechos noticiosos que llegan en forma aislada. Situarlos en un contexto, darles un sentido y entregárselo al lector no especializado. Por exigencia profesional, además, esta interpretación debe tratar de prescindir de opiniones personales, debe basarse en hechos concretos y opiniones responsables y que sean pertinentes y debe ser presentada en forma amena y atractiva.

Existen entonces problemáticas y fallas que no dan al periodismo cultural un buen desarrollo, la poca profundidad en los temas es una de esas fallas. Cada día se pide al periodista que los textos no tengan tanto grosor, se pide que sean cortos y fáciles de digerir. En cuanto a las fuentes se sigue priorizando la voz oficial, la de alcaldes u organizadores. Ahora se trata de utilizar mucha infografía, se invierte bastante tiempo en la parte de diseño. “La

calidad de la escritura, de cómo se presentan los contenidos, el diseño, la estética es algo importante porque todo nos entra por los ojos, si está bonito pues llama la atención.” (B. Osorio, comunicación personal, 6 de marzo del 2020).

En la siguiente gráfica se aprecian las temáticas que fueron más recurrentes al momento de tratar la cultura en Boyacá Siete Días y El Diario en el año 2017:

**Gráfico 4. Temáticas que fueron más recurrentes al momento de tratar la cultura en Boyacá Siete Días y El Diario en el año 2017**



Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que los contenidos ligados a tradición boyacense fueron los más difundidos, entre los que se destacan: fiestas y eventos en los pueblos, siendo algo intrínseco a la cultura popular dejando de lado la llamada cultura culta o elitista logrando así, acercar a la realidad de nuestros pueblos y visibilizar una identidad.

Aunque los medios analizados tengan un estado limitado en la manera de hacer periodismo cultural, Colombia es un país multicultural que genera procesos culturales desde sus regiones, por eso un gran reto que tienen los medios es precisamente explorar el aporte regional de la cultura y el potencial de su diversidad, como se manifiesta en el libro ‘Periodismo y Cultura’ del Ministerio de Cultura y la Fundación Nuevo Periodismo de Colombia: tanto la cultura, como sus comprensiones están cambiando profundamente. Ambos fenómenos son un reto para los medios de comunicación. Porque, por una parte, se diversifica el campo de lo que se entiende por cultural y por otra, se modifican los enfoques con que se describe y analiza la cultura. (2010, p. 68).

## CONCLUSIONES

Para poder dar desarrollo al periodismo cultural, se debe partir por tener claro los conceptos de cultura y periodismo cultural, así dará dinamismo y novedad a las narrativas. Se debe tener sensibilidad, observación, imaginación para acercar a la fantasía, pero que siga siendo una investigación periodística sin faltar a la veracidad.

La investigación analizó las publicaciones periodísticas relacionadas con cultura del año 2017 de los dos periódicos escogidos como muestra. Se encontraron contenidos sin mayor tratamiento, erradamente se habla de la agenda cultural como planes para diversión, entrevistas con personajes públicos sobre su vida o sacar alguna “chiva”. Los



temas del periodismo cultural no están enmarcados dentro de la agenda setting del medio. Se entrega una información general y masificada que no da lugar a una postura analítica, lo que conlleva a que se presente una información superficial.

Se evidenció que para el año 2017 en ambos diarios, predominaba el uso del género informativo, respondiendo a la inmediatez noticiosa. Se dejaban de lado formatos importantes como: reportaje, crónica o perfil, y cuando eran usados se utilizaban para casos precisos como por ejemplo la sección "*Boyacenses de hoy*" en Boyacá Siete Días. No se hace uso constante de fuentes de información, se acude a fuentes oficiales e institucionales mientras que las documentales y testimoniales son mínimas y las demás como expertas o confidenciales no se emplean.

Se sigue haciendo un periodismo cultural con una reportería superficial, pero este periodismo requiere ir más allá, conocer a profundidad el hecho o sujeto retratado, para así crear textos que expresen historias de nuestro departamento rico en diversidad cultural.

Los diarios asumen una posición dependiendo de las costumbres del lector, al estar en un mundo tan globalizado se compite por entregar primero la información, lo cual hace que el tratamiento sea superficial y los textos sean cortos porque se actúa con la premisa que, el lector no tiene tiempo.

## REFERENCIAS

- Aldunate Ana Francisca; Lecaros, María José (1989). *Géneros periodísticos*. Santiago de Chile, Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Fagoaga, Concha. (1982). *Periodismo interpretativo, el análisis de la noticia*. Barcelona, España: Mitre.
- Feliciano, Héctor (18 de Diciembre de 2019). *Relatoria de la Beca Gabo de periodismo cultural 2019*. Recuperado de Fundación Gabo: <https://fundaciongabo.org/es/recursos/relatorias/relatoria-de-la-beca-gabo-de-periodismo-cultural-2019>
- Levi, Jhonatan (29 de noviembre de 2019). *12 claves para escribir el inicio de un texto de periodismo cultural*. Recuperado de Fundación Gabo, Beca periodismo cultural: <https://fundaciongabo.org/es/noticias/articulo/12-claves-para-escribir-el-inicio-de-un-texto-de-periodismo-cultural>
- Márquez, García Gabriel (07 de Octubre de 1996). *El mejor oficio del mundo*. Recuperado de Especial Gabo, FNPI: <http://especialgabo.fnpni.org/las-ideas-de-gabo/el-mejor-oficio-del-mundo/>
- Peñaranda, Raúl (2012). *Géneros periodísticos: ¿qué son y para qué sirven?* Bolivia.
- Ramos, Alberto (8 de junio de 2012). *Taller de reportería e investigación en el periodismo cultural*. Recuperado de Fundación Gabo, relatoria: <https://fundaciongabo.org/es/relatoria-del-taller-de-reporteria-e-investigacion-en-el-periodismo-cultural>
- Santibáñez, Abraham (1974). *Periodismo Interpretativo, los secretos de la fórmula Time*. Santiago de Chile, Chile: Andrés Bello.
- Sosnowsky, Saúl (1999). Apuestas culturales al desarrollo integral de América Latina. *UNESCO*, 68. .