

ANÁLISIS DOCUMENTAL DEL ORIGEN, DESARROLLO Y PERSPECTIVAS DEL PERIODISMO CULTURAL EN COLOMBIA.

Paula Alejandra Guerrero Sánchez, Andrés Felipe Manjarrés Escarpeta



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Vigilada MINEDUCACIÓN

Comunicación Social y Periodismo, Derecho Y Ciencias Políticas y Sociales

Universidad La Gran Colombia

Bogotá

2024

ANÁLISIS DOCUMENTAL DEL ORIGEN, DESARROLLO Y PERSPECTIVAS DEL PERIODISMO CULTURAL EN COLOMBIA.

Paula Alejandra Guerrero Sánchez, Andrés Felipe Manjarrés Escarpeta

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Comunicador Social y Periodista

Profesor Luis Ignacio Rojas García



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Vigilada MINEDUCACIÓN

Comunicación Social y Periodismo, Derecho Y Ciencias Políticas y Sociales

Universidad La Gran Colombia

Bogotá

2024

Dedicación

Dedicamos este trabajo a nuestras familias y amigos, cuya paciencia y apoyo incondicional han sido fundamentales en cada paso de este camino. A nuestros padres, por su amor y sacrificio, que nos han permitido llegar hasta aquí. A nuestros profesores y mentores, por su guía y sabiduría. Y finalmente, a todos aquellos que de alguna manera han contribuido a nuestra formación y nos han motivado a superar los desafíos.

Andrés Manjarrés y Paula Guerrero.

Agradecimientos

Queremos expresar nuestro más profundo agradecimiento a todas las personas que han hecho posible la realización de este trabajo de grado.

En primer lugar, agradecemos a nuestros tutores y profesores, cuya guía y conocimientos han sido fundamentales para el desarrollo de este proyecto. Su dedicación y compromiso nos han inspirado y motivado a alcanzar nuestros objetivos académicos.

A nuestras familias, les debemos todo nuestro amor y gratitud. Gracias por su apoyo incondicional, por creer en nosotros y por ser nuestra fuente constante de fuerza y aliento. Sin su comprensión y sacrificio, este logro no habría sido posible.

A nuestros amigos, gracias por su compañía y por brindarnos momentos de alegría y descanso que nos ayudaron a mantener el equilibrio durante este proceso. Su amistad ha sido invaluable.

Finalmente, agradecemos a todas las personas que, de una manera u otra, han contribuido a nuestra formación y al éxito de este proyecto. Cada consejo, palabra de aliento y gesto de apoyo ha sido significativo para nosotros.

Andrés Manjarrés y Paula Guerrero.

Tabla de contenido

RESUMEN	7
ABSTRACT	8
INTRODUCCIÓN	9
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	10
JUSTIFICACIÓN	11
OBJETIVO GENERAL.....	13
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
MARCO REFERENCIAL	14
ANTECEDENTES Y DESARROLLO DEL PERIODISMO CULTURAL EN COLOMBIA	14
LÍNEA DE TIEMPO PERIODISMO CULTURAL EN EL MUNDO	20
LÍNEA DE TIEMPO DEL PERIODISMO CULTURAL EN COLOMBIA	22
ASPECTOS METODOLÓGICOS	23
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	25
¿CUÁL ES EL ESTADO ACTUAL DEL PERIODISMO CULTURAL EN COLOMBIA?	25
RETOS Y OPORTUNIDADES DEL PERIODISMO CULTURAL EN COLOMBIA EN UN CONTEXTO DE GLOBALIZACIÓN, DIGITALIZACIÓN Y DIVERSIDAD CULTURA	28
EL PAPEL QUE JUEGA EL PERIODISMO CULTURAL EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD, LA MEMORIA Y LA CIUDADANÍA COLOMBIANAS.....	30
EL PAPEL DE LA RADIO EN EL PERIODISMO CULTURAL	32
LA RADIO Y LA IDENTIDAD NACIONAL EN COLOMBIA.....	32
1. <i>La Radio como Vínculo Cultural</i>	32
2. <i>Educación a Través de las Ondas</i>	33
LA TELEVISIÓN Y SU TRANSFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD	33
1. <i>La Caja Mágica y la Diversidad Cultural</i>	33

2. <i>Periodismo y Administración de Contenidos</i>	33
IDENTIDAD EN EL PERIODISMO CULTURAL EN COLOMBIA	34
1. <i>Influencia de la Identidad en el Periodismo Cultural</i>	34
2. <i>Desafíos y Oportunidades</i>	34
EL PAPEL DE LOS PERIODISTAS EN LA DIFUSIÓN DE LA CULTURA	35
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44
LISTA DE REFERENCIA O BIBLIOGRAFÍA	47

Resumen

El periodismo cultural es una forma de comunicación que busca informar, educar y entretener al público sobre diversos aspectos de la cultura, como el arte, la literatura, la música, el cine, el teatro, la historia, la filosofía, etc. En Colombia, el periodismo cultural ha tenido una larga trayectoria desde el siglo XIX hasta la actualidad, pasando por diferentes etapas, medios, formatos y enfoques. Sin embargo, ¿cuál es el estado actual del periodismo cultural en Colombia? ¿Qué retos y oportunidades enfrenta el periodismo cultural en un contexto de globalización, digitalización y diversidad cultural? ¿Qué papel juega el periodismo cultural en la construcción de la identidad, la memoria y la ciudadanía colombianas en un entorno donde la mayoría de los contenidos que se producen y consumen son a través de las redes sociales?

Las preguntas que se abordarán en esta monografía pretende, mediante análisis documental, ofrecer un panorama actual del periodismo cultural en Colombia, sus antecedentes, sus características, sus actores y sus perspectivas.

A continuación la monografía presenta una introducción al tema, una justificación de su relevancia e interés, una descripción del método y los criterios de selección de las fuentes, una síntesis de los resultados de la revisión documental respecto a los hallazgos, y unas conclusiones, junto con recomendaciones respecto al periodismo cultural en Colombia.

Palabras clave:

Periodismo cultural, Comunicación, Cultura, Arte, Literatura, Música Cine, Teatro, Historia, Filosofía, Colombia, Medios de comunicación, Globalización, Digitalización, Redes sociales, Identidad cultural, Memoria histórica, Ciudadanía, Consumo cultural, Producción de contenido, Análisis documental, Trayectoria histórica, Actores del periodismo cultural, Desafíos y oportunidades

Abstract

Cultural journalism is a form of communication that aims to inform, educate, and entertain the public about various aspects of culture, such as art, literature, music, cinema, theater, history, philosophy, and more. In Colombia, cultural journalism has had a long trajectory from the 19th century to the present, going through different stages, media, formats, and approaches. However, what is the current state of cultural journalism in Colombia? What challenges and opportunities does cultural journalism face in a context of globalization, digitalization, and cultural diversity? What role does cultural journalism play in the construction of Colombian identity, memory, and citizenship in an environment where most content is produced and consumed through social media? These are the questions that this monograph aims to address, offering a current overview of cultural journalism in Colombia, its background, characteristics, key players, and future perspectives.

The monograph presents an introduction to the topic, a justification of its relevance and interest, a description of the method and criteria for source selection, a synthesis of the results of the documentary review regarding the findings, and conclusions along with recommendations for cultural journalism in Colombia.

Introducción

La comunicación es una aliada de la cultura. La difusión de información es una estrategia que promueve la difusión del conocimiento para que podamos comprender y preservar las diferentes expresiones culturales. En este sentido, el periodismo cultural juega un papel importante. En 1982, el periodista cultural español Iván Tubau aportó varias definiciones para esta rama del periodismo, afirmando que "el periodismo cultural es una forma de comprender y comunicar los productos culturales de la sociedad a través de los medios de comunicación de masas". Sin embargo, muchos medios y periodistas consciente o inconscientemente dan espacio sólo a la llamada "alta cultura", como ocurrió en Colombia desde el siglo XIX hasta gran parte del siglo XX.

El periodismo cultural es un género periodístico que se ocupa de la difusión de información sobre las artes, la cultura y la vida social. En Colombia, el periodismo cultural tiene una historia relativamente corta, pero ha tenido un papel importante en el desarrollo de la cultura nacional. Como señala el investigador Andrés Sampogna, "el periodismo cultural en Colombia se ha consolidado como un espacio fundamental para la reflexión, el análisis crítico y la divulgación de las diferentes expresiones artísticas y culturales del país" (Sampogna, 2019, p.15). [Sampogna, A. (2019). El periodismo cultural en Colombia: Retos y perspectivas. Editorial Universidad del Rosario.]

La historiadora de la Universidad de Antioquia, Shirley Tatiana Pérez, en su estudio "Ideología y Canon en la Revista de Literatura y Cultura de Medellín, 1897-1912" explica que en Colombia posterior a la independencia surgieron las primeras publicaciones literarias que se centraban en la educación y la cultura de los lectores, difundiendo el patriotismo y participando en la construcción de la nación. Cabe señalar que "el grupo objetivo de estos periódicos es un grupo minoritario de personas blancas que fueron educadas principalmente en Europa", dijo Luis Carlos Rodríguez, estudiante de historia de la Universidad Nacional.

Este sesgo hacia la alta cultura y las élites se mantuvo durante décadas en el periodismo cultural colombiano. Sólo hasta mediados del siglo XX, con el auge de los medios masivos, la aparición de la televisión y la influencia de corrientes contestatarias, se empezó a ampliar la mirada sobre lo popular y lo contemporáneo. Publicaciones como Golpe de Dados y Eco abrieron el camino a un periodismo cultural más diverso e incluyente.

Hoy, en pleno siglo XXI, el reto del periodismo cultural en Colombia es abarcar la amplia gama de expresiones artísticas, patrimoniales y creativas de toda la población, superando el centralismo y dando voz a las regiones. Aprovechando las herramientas digitales, se debe difundir y analizar críticamente las manifestaciones de comunidades indígenas, afrodescendientes, campesinas, urbanas y de todos quienes construyen la riqueza cultural de la nación. Éste es el nuevo norte que debe orientar al periodismo cultural del presente y del futuro.

Problema de investigación

De acuerdo con lo anterior, el problema de investigación que se aborda en este trabajo es que a pesar de su papel fundamental en la difusión y construcción de la identidad cultural colombiana, el periodismo cultural ha estado históricamente marcado por un sesgo hacia la alta cultura y las élites. ¿Cómo ha evolucionado este género periodístico en Colombia a lo largo del tiempo? ¿Qué desafíos enfrenta actualmente para representar de manera equitativa la diversidad cultural del país y aprovechar las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías? Y, finalmente, ¿qué papel debe desempeñar el periodismo cultural en la construcción de una narrativa cultural más inclusiva y representativa de todas las voces y expresiones artísticas del país?

Justificación

En Colombia, el periodismo cultural ha desempeñado un rol clave en la difusión de la identidad nacional y en la promoción de diversas manifestaciones artísticas. Sin embargo, su desarrollo histórico ha estado marcado por una tendencia a privilegiar las expresiones de la alta cultura y las voces de las élites, dejando en segundo plano las expresiones culturales populares y la diversidad regional y étnica del país. Este sesgo ha limitado la representación de las distintas manifestaciones que configuran el tejido cultural colombiano, un aspecto que cobra especial relevancia en un país con profundas diferencias sociales y una vasta riqueza cultural. A la luz de estos retos, es fundamental analizar cómo ha evolucionado este género periodístico y cuáles son los desafíos actuales que enfrenta para construir una narrativa cultural más inclusiva y representativa de todas las voces y expresiones artísticas.

Para abordar el problema de investigación, se llevará a cabo una revisión documental que permita rastrear las transformaciones del periodismo cultural en Colombia y su relación con los cambios sociales y tecnológicos. Esta metodología permitirá analizar la forma en que los medios de comunicación han tratado la diversidad cultural a lo largo del tiempo y cómo las nuevas tecnologías han abierto oportunidades para una representación más equitativa. A través de este enfoque, se busca identificar tanto los retos actuales del periodismo cultural como las oportunidades que tiene para democratizar la producción y difusión de contenidos culturales, haciendo hincapié en su potencial para reflejar la pluralidad de identidades y expresiones presentes en el país.

En este orden los puntos que justifican esta investigación son:

1. Importancia del periodismo cultural: El periodismo cultural juega un papel esencial en la preservación, difusión y construcción de la identidad cultural de una sociedad. En Colombia, este género ha sido un vehículo importante para la promoción de las artes, la literatura y otras expresiones

culturales, pero también ha sido históricamente excluyente al centrarse en la llamada "alta cultura" y en las voces de las élites.

2. Evolución histórica y sesgo: Históricamente, el periodismo cultural en Colombia ha privilegiado a ciertos sectores sociales y culturales, invisibilizando a las expresiones culturales populares y a las comunidades marginadas. Este sesgo responde, en parte, a dinámicas de poder y a la relación entre los medios de comunicación y las clases dominantes. Justificar la necesidad de esta investigación se puede basar en la necesidad de un análisis crítico que examine cómo esta tendencia ha cambiado o se ha perpetuado a lo largo del tiempo.

3. Diversidad cultural: En un país con una rica diversidad cultural, el reto del periodismo cultural es representar adecuadamente esta pluralidad de voces, que incluye culturas indígenas, afrocolombianas y las expresiones populares urbanas y rurales. Sin embargo, la concentración en las expresiones culturales tradicionales de las élites impide una representación equitativa. Este problema plantea la necesidad de estudiar cómo el periodismo cultural puede adaptarse para reflejar mejor la realidad multicultural del país.

4. Nuevas tecnologías: Las plataformas digitales han abierto nuevas oportunidades para ampliar el alcance y la diversidad de las expresiones culturales. La investigación podría explorar cómo el periodismo cultural ha comenzado a utilizar estas tecnologías o qué barreras enfrenta para hacerlo de manera inclusiva, democratizando el acceso y la representación de las distintas voces.

5. Desafíos actuales y el papel del periodismo: A nivel global, los medios enfrentan el reto de mantener la relevancia y la objetividad. En Colombia, el periodismo cultural tiene la responsabilidad de construir una narrativa cultural más inclusiva y representativa. Esta investigación tiene relevancia porque permitirá explorar las nuevas funciones que debe asumir este género periodístico para promover una identidad nacional diversa y cohesiva.

Objetivo General

Analizar el origen, desarrollo y perspectivas del periodismo cultural en Colombia.

Objetivos Específicos

1. Investigar los orígenes del periodismo cultural en Colombia, identificando sus primeras manifestaciones y principales influencias.
2. Examinar el desarrollo del periodismo cultural en Colombia, destacando los cambios en medios, formatos y enfoques a lo largo del tiempo.
3. Evaluar las perspectivas actuales y futuras del periodismo cultural en Colombia, considerando los desafíos y oportunidades en un contexto de globalización, digitalización y diversidad cultural.

Marco Referencial**Antecedentes y desarrollo del periodismo cultural en Colombia**

La sociedad colombiana del siglo XIX era mayoritariamente rural, analfabeta y aislada en las regiones montañosas del país. La difusión de información e ideas es lenta y en ocasiones no llega ni siquiera a las zonas más remotas, por lo que la cultura difundida en los pocos medios existentes se dirige no sólo a la élite, sino también a la llamada "alta cultura". "El problema es que el periodismo es inherentemente elitista y muy poca gente lo lee, y por eso se alimentan de lo que llamamos alta cultura: hablan de literatura, ópera, ballet", dice Lina Rodríguez, escritora cultural (Lina Rodríguez). dicho. El periodismo es un campo desafiante en la Universidad del Rosario. Los ideales de progreso y alta cultura de inspiración europea iban de la mano. La danza, el teatro, los conciertos de música clásica e incluso la ópera se desarrollaron en las principales ciudades del país como signo de crecimiento intelectual, fortaleza económica y separación de la mayoría. Un ejemplo de ello es la Villa Candelaria en Medellín, que intentó demostrar la transición de la sociedad rural a la urbana a finales del siglo XIX y principios del XX. "En ese momento, los habitantes de Medellín sentían que una nueva forma de vivir y de pensar, conocida como modernismo y modernización, estaba entrando a la ciudad. Sentían que eran el producto final de la transición de la tradición a lo nuevo, sentían el deseo de tener condiciones como las de Europa en el futuro.

Los periódicos del siglo XIX contribuyeron al desarrollo literario de la época, porque los periódicos y las revistas publicaban los capítulos de una novela por entregas, como en el caso de Francisco de Paula Rendon o Tomás Carrasquil. Cuando terminaban de publicar, utilizaban las mismas planchas", se utilizó para prensar la entrega y se publicó el libro completo", explica el historiador Rodríguez. Además, sus páginas contienen poemas, cuentos, crónicas y ensayos. También se formaron círculos intelectuales en torno a los periódicos, que discutían sobre literatura, poesía, música y discutían

ideas políticas. Sin embargo, sigue siendo una pregunta para ilustrados y desconocida para la mayoría de los colombianos. A diferencia de los periódicos políticos y religiosos, las publicaciones o secciones culturales permiten un espacio de neutralidad y convergencia que en ocasiones reduce las diferencias ideológicas. Sin embargo, no son inmunes a la actual fermentación en dos partes. El historiador Luis Carlos Rodríguez encontró ambos casos en las páginas de los medios colombianos:

1. En los periódicos culturales y sus secciones se pueden encontrar intelectuales acérrimos y defensores estrictos de las ideas políticas. Además, el enfoque cultural de los dos partidos también es diferente: los liberales se centran en la cultura del libre pensamiento, se oponen a París y se comprometen a democratizar; cambiar. Los conservadores, por otro lado, adoptan un enfoque más religioso, enfatizando el "buen gusto" y los "buenos modales".

2. En algunos sectores culturales hay liberales y conservadores, hay respeto, son lugares de reunión para conferencias, círculos literarios, fiestas y conciertos.

El periodismo cultural es un "mediador" aceptado por ambas partes. Políticamente, tanto liberales como conservadores descubrieron el potencial de la cultura para construir la identidad nacional y la cohesión social, y la importancia de las publicaciones para difundir la imaginación nacional. Por ello, buscan elementos locales para distinguirse de otros países y preservar su identidad. "Colombia, hasta ahora todavía distante y dividida entre sus regiones, comienza a vivir un cierto grado de intimidad con la creación de periódicos y revistas que se distribuyen en varias ciudades.

Un ejemplo de ello es la Villa Candelaria en Medellín, que intentó demostrar la transición de la sociedad rural a la urbana a finales del siglo XIX y principios del XX. "La Villa Candelaria se convirtió en un símbolo del anhelo de modernidad de la élite antioqueña, que buscaba imitar los modelos culturales europeos a través de la arquitectura, las costumbres y las publicaciones periódicas" (Múnica, 2018, p.92). [Múnica,

A. (2018). La Ciudad Letrada: Periodismo y cultura en Medellín 1890-1920. Editorial Universidad de Antioquia.]

Estas publicaciones pretenden romper fronteras nacionales e internacionales y buscan crear una identidad nacional", señaló en su estudio la historiadora Shirley Tatiana Pérez. La popularización de la radio en el país entre 1930 y 1950 significó la democratización de los contenidos culturales transmitidos; ya no era necesario saber leer y escribir para acceder a ellos.

Desde 1870 hasta casi principios de La Primera Guerra Mundial se vivió una sangrienta guerra mediática que, si bien se centró en Estados Unidos, eventualmente afectó los patrones periodísticos en todo el mundo. Se trata del debate entre Joseph Pulitzer y William Randolph Hearst y sus dos visiones de lo que debería ser el periodismo. El primero aboga por historias que apelan a las emociones (sensacionalismo), mientras que el segundo cree que mientras el periódico se venda, todo vale la pena (sensacionalismo). Estos dos modelos eventualmente se infiltrarán en la industria a su manera. Después de eso, el siglo XX significaría cambios constantes en el periodismo. En ocasiones, principalmente en tiempos de guerra y bajo gobiernos autoritarios, es común que los textos políticos y propagandísticos de la guerrilla estén completamente desvinculados de la realidad y no pretendan informar. Pero también hay grandes momentos como el nacimiento del fotoperiodismo, las crónicas de Kapuszyński o Hemingway, las entrevistas de Orianna Farage a personajes históricos o hitos tan importantes como el Watergate (Delgado Daniel, 2019).

Este panorama de transformación constante en el periodismo del siglo XX se amplió con la aparición y evolución de los medios de comunicación. La radio y la televisión emergieron como poderosos complementos y desafíos a la prensa escrita. La radio permitió una cobertura en tiempo real de eventos, acelerando la velocidad de difusión de noticias y estableciendo una conexión más inmediata entre los acontecimientos y la audiencia. Con la llegada de la televisión, la dimensión visual se incorporó

de manera significativa, influyendo tanto en la presentación de la información como en la forma en que la audiencia la consumía.

La instantaneidad de la radio y la televisión llevó a una demanda creciente de noticias en tiempo real, transformando la relación entre los medios de comunicación y el público. Desde la revolución digital hasta la proliferación de las redes sociales, cada avance tecnológico ha redefinido la forma en que accedemos y procesamos la información. La evolución continua de los medios de comunicación y su adaptación a las tecnologías emergentes seguirán siendo temas centrales en el análisis del periodismo y su impacto en la sociedad.

La aparición de medios de comunicación como la radio y la televisión creó nuevos formatos y medios para la distribución de noticias, haciendo que las imágenes fueran cada vez más importantes y creando un género híbrido entre noticias y entretenimiento: el infoentretenimiento. Algo similar ocurrió a finales de los años 1990 y principios de los 2000 con la llegada de Internet, que inicialmente desplazó a los medios tradicionales y finalmente condujo a una crisis del papel de la que muchos periódicos importantes no pudieron escapar.

A pesar de su historia de opresión y malas prácticas, el periodismo ha demostrado que todavía puede ser un portavoz que informa al público lo que está pasando, o periódicos que intentan agitar la conciencia. A lo largo de los siglos, el periodismo se ha adaptado a las condiciones en las que opera para rendir lo mejor posible. Ya sea en una pizarra, un televisor o un teléfono inteligente, las noticias siempre están ahí.

Entrevista Orlando Buitrago Cruz, *impactos de la tecnología en el periodismo.*

Es de "Perogrullo" decir que la tecnología ha impactado el periodismo en distintas dimensiones, tanto de manera positiva como negativa.

Impactos positivos: *Acceso a la información:* Los periodistas pueden acceder a una gran cantidad de datos y fuentes en línea, lo que facilita la investigación y la verificación de hechos (o profundizar el error cuando la fuente no es confiable).

Herramientas de investigación: *Herramientas como bases de datos en línea, software de análisis de datos y redes sociales permiten a los periodistas ampliar el acervo de material de investigación.*

Difusión global: *Internet y las redes sociales permiten que las noticias lleguen a una audiencia global en tiempo real. Se ha ampliado el alcance de los medios de comunicación, ya no necesariamente son exclusivamente locales.*

Periodismo ciudadano: *Los ciudadanos pueden compartir noticias y testimonios en tiempo real. Pueden complementar o apoyar el trabajo de los periodistas profesionales.*

Interactividad y participación: *A través de comentarios, participación en encuestas, y como se citó previamente compartiendo contenido. Hay un potencial diálogo entre los medios y audiencias, y estas dialogan entre sí.*

Opción de nuevos formatos: *La tecnología ha permitido el desarrollo de nuevos formatos periodísticos, como el periodismo de datos, el periodismo de inmersión con recursos de realidad virtual, y el uso de infografías interactivas.*

Impactos negativos: *Desinformación y FAKE NEWS: La facilidad para publicar, de que cualquiera lo haga, ha abierto un peligroso espacio a la noticia falsa, a veces generada por incapacidad, y en muchas ocasiones con la deliberada intención de causar daño.*

Saturación de información: *Prolifera la información no relevante, y lo que es peor no verificada, y que en ocasiones el periodista utiliza como fuente para generar sus contenidos.*

Presión por brevedad: *generó la cultura SCROLL, las audiencias exigen cosas breves, y se ha perdido profundidad en el tratamiento de la información.*

La cultura del LIKE: *el periodista se está preocupando más por coleccionar LIKES que por informar. Y se captan de cualquier forma, a veces a costa de la calidad y la profundidad. Lo importante es darle gusto a la gente, así sea con basura corta. Los medios están más preocupados por generar tráfico en sus portales, que por hacer cosas elaboradas, profundas, verificadas.*

Distancia con la fuente: *el periodista está dejando de ir a la fuente, ha bajado notablemente el trabajo de campo. Ahora priman las pantallas como escenario de investigación, con el riesgo de adquirir información imprecisa. El reportero se está extinguiendo, y ha sido sustituido por el navegante Web.*

El imperio de los algoritmos: *Las redes sociales y los motores de búsqueda utilizan algoritmos que pueden priorizar contenido sensacionalista o que polariza, lo cual afecta la calidad y la diversidad de la información.*

Privacidad y seguridad: *Los periodistas enfrentan nuevos riesgos relacionados con la privacidad y la seguridad digital, como el hackeo de cuentas y la vigilancia gubernamental.*

La tecnología plantea nuevos dilemas éticos, como el uso de imágenes manipuladas, el uso de fuentes anónimas, y una especie de "plagio" derivado del uso de la inteligencia artificial a la hora de generar contenido. La tecnología ha generado oportunidades significativas para mejorar la calidad y el alcance de la información, pero esas oportunidades se han vuelto de doble filo, pues también han propiciado una degradación en el ejercicio responsable, juicioso, metódico, profundo y ético del periodismo.

Línea de Tiempo Periodismo Cultural en el Mundo

Antes del siglo XV, el periodismo tenía sus primeros destellos con el periódico "Acta Diurna", publicado en Roma en el año 59 a.C., marcando un hito en la historia de la comunicación escrita (National Geographic, n.d.). Siglos después, en 868, China imprimió el primer libro conocido que incluía noticias y anuncios, anticipando el uso de la impresión para la difusión de información (Las Lecturas de Guillermo, 2014). Sin embargo, el verdadero punto de inflexión llegó en 1450 con la invención de la imprenta por Johannes Gutenberg, facilitando la producción masiva de libros y periódicos (World History Encyclopedia, n.d.).

Desde el siglo XV hasta el XVIII, la evolución del periodismo se aceleró con hitos como la publicación en 1605 del primer periódico impreso, el "Avisa Relation oder Zeitung", en Estrasburgo, Alemania, marcando el inicio de una era de noticias impresas en Europa (Pacheco, n.d.). En 1702, el "Daily Courant" se convirtió en el primer periódico en inglés, publicado en Londres (Ciberestética, 2018), seguido en 1727 por Benjamin Franklin, quien fundó el "New England Courant", el primer periódico en Estados Unidos (Library of Congress, n.d.).

El siglo XIX vio un florecimiento del periodismo con avances significativos como el nacimiento del formato tabloide en 1833 con el "New York Sun" en Estados Unidos (La Nación, n.d.), y la influencia de la revolución industrial que impulsó la producción masiva de periódicos sensacionalistas a partir de 1848 (Cervantes Virtual, n.d.). En 1851, se fundó el "New York Times", consolidándose como un referente de periodismo serio y de calidad (Tentulogo, n.d.).

El siglo XX trajo consigo innovaciones tecnológicas que transformaron el periodismo. Durante la Guerra Civil estadounidense en 1861, el periódico "Confederacy" utilizó una prensa rotativa y el telégrafo para reportar noticias de manera más eficiente (National Geographic, n.d.). En 1870, la introducción del telégrafo y del cable submarino revolucionó la transmisión internacional de noticias (National Geographic, n.d.), mientras que en 1896 el "Daily News" se convirtió en el primer periódico en utilizar fotografías para complementar sus reportajes (National Geographic, 2019).

En el siglo XX, la radio emergió como un nuevo medio de comunicación de noticias en 1920, seguida por la televisión en la década de 1930, ampliando la audiencia y la accesibilidad a la información (Briggs, 2011; TVyVideo, n.d.). En 1947, la Agencia de Noticias Francesa se convirtió en la primera en transmitir noticias internacionalmente, utilizando nuevas tecnologías de comunicación (AFP, n.d.). La televisión por satélite en los años 60 permitió la transmisión global de noticias (ITU, 2019), mientras que en 1994, el "San Jose Mercury News" se convirtió en el primer periódico en línea, marcando el comienzo de la era digital (AE-IC, 2008).

En el siglo XXI, la transformación digital continuó con el surgimiento del "Huffington Post" en 2005, destacando el papel del periodismo ciudadano en línea (Briggs, 2011). En 2006, Twitter se estableció como una fuente crucial de noticias en tiempo real, cambiando el panorama informativo global (Revista CCInformación, n.d.). La controversia sobre WikiLeaks en 2010 por la publicación de documentos clasificados puso de relieve el impacto del periodismo digital en la política internacional (Universidad de Sevilla, n.d.), mientras que las noticias falsas y la influencia de las redes sociales en la

elección presidencial de EE.UU. en 2016 subrayaron los desafíos éticos del periodismo contemporáneo (Archivo Libre, n.d.).

Línea de tiempo del periodismo cultural en Colombia

Nacimiento:

- **1785:** Publicación del “Aviso del Terremoto” y la “Gaceta de Santafé”, considerados los primeros pasos del periodismo colombiano. Manuel del Socorro Rodríguez, de nacionalidad cubana, es considerado el padre del periodismo en Colombia.
- **1791:** Manuel del Socorro Rodríguez fundó el “Papel periódico de la ciudad de Santafé”, uno de los más importantes de la época en Latinoamérica.

Siglo XIX y XX:

- **Comienzos del siglo XIX:** Surgimiento de numerosos periódicos alineados con distintas ideologías políticas.
- **Época de la Independencia:** El periodismo denunciaba las injusticias y la lucha contra los ejércitos españoles y libertadores.
- **Siglo XIX y XX:** Grandes escritores como Rufino José Cuervo, Jorge Isaacs y Gabriel García Márquez también se destacaron en el periodismo.

Actualidad:

- **Periódicos importantes:** “El Tiempo” y “El Colombiano” son los periódicos más importantes a nivel nacional.
- **Reflejo cultural:** El periodismo cultural colombiano ha reflejado tanto la alta cultura como la identidad nacional, con manifestaciones artísticas, teatro, música clásica y ópera.
- **Vehículo de expresión:** El periodismo en Colombia ha sido un reflejo de su historia política, económica y cultural, sirviendo como vehículo de expresión y denuncia.

Aspectos Metodológicos

Como metodología para el desarrollo de esta monografía se realizó un análisis documental con el fin de responder a las siguientes preguntas:

¿Cuál es el estado actual del periodismo cultural en Colombia? ¿Qué retos y oportunidades enfrenta el periodismo cultural en un contexto de globalización, digitalización y diversidad cultural? ¿Qué papel juega el periodismo cultural en la construcción de la identidad, la memoria y la ciudadanía colombianas en un entorno donde la mayoría de los contenidos que se producen y consumen son a través de las redes sociales?

Para ellos se revisaron a profundidad diversas fuentes. Especialmente documentos que hablan del estado del arte del periodismo cultural, artículos científicos, investigaciones, registros audiovisuales y contenidos digitales que abordan el periodismo cultural.

La revisión documental es un método de investigación que consiste en analizar, sintetizar y evaluar una variedad de fuentes de información relacionadas con un tema específico. Estas fuentes pueden ser textos, investigaciones, artículos, documentos audiovisuales, contenido digital, entre otros. La revisión documental permite identificar el estado del conocimiento sobre el tema, las principales tendencias, los vacíos y las oportunidades de investigación.

En esta monografía sobre el periodismo cultural en Colombia, se realizó una revisión documental como método de investigación para llegar a los resultados que se mostrarán a continuación. El objetivo ha sido examinar la evolución, los desafíos y las perspectivas del periodismo cultural en el contexto colombiano, a partir de la consulta y el análisis de diversas fuentes documentales. Estos son textos que nos ayudan a contextualizar los antecedentes y desarrollo del periodismo digital, además de

artículos de investigación, registros audiovisuales y contenidos digitales, que abordan el tema desde diferentes enfoques y perspectivas

Análisis y Discusión de Resultados

A continuación se presentan los resultados de la investigación documental que busca responder a las siguientes preguntas: ¿Cuál es el estado actual del periodismo cultural en Colombia? ¿Qué retos y oportunidades enfrenta el periodismo cultural en un contexto de globalización, digitalización y diversidad cultural? ¿Qué papel juega el periodismo cultural en la construcción de la identidad, la memoria y la ciudadanía colombianas en un entorno donde la mayoría de los contenidos que se producen y consumen son a través de las redes sociales? Para ello, se realizó una revisión bibliográfica de fuentes académicas, periodísticas y oficiales que abordan el tema desde diferentes perspectivas y enfoques. Se analizaron los conceptos, las características, las tendencias y los desafíos del periodismo cultural en el país, así como su relación con la cultura, la sociedad y la política. Se encontró que el periodismo cultural en Colombia se encuentra en una situación de crisis y transformación, debido a la falta de financiación, la proliferación de medios digitales, la homogeneización de los contenidos, la pérdida de credibilidad y la escasa formación especializada.

Sin embargo, también se identificaron oportunidades para fortalecer el periodismo cultural como un espacio de reflexión crítica, de difusión de la diversidad cultural, de defensa de los derechos humanos y de participación ciudadana. Se concluye que el periodismo cultural tiene un papel fundamental en la construcción de la identidad, la memoria y la ciudadanía colombianas, ya que contribuye a generar sentido de pertenencia, a preservar el patrimonio cultural, a promover el diálogo intercultural y a fomentar el pensamiento crítico.

¿Cuál es el estado actual del periodismo cultural en Colombia?

El periodismo cultural en Colombia se encuentra inmerso en una fase crucial de su evolución, en la que la rica y compleja historia que ha marcado su desarrollo se mezcla con los desafíos contemporáneos del siglo XXI. Desde sus orígenes en el siglo XIX, donde se centraba en la difusión de la

alta cultura y se inspiraba en el ideal de progreso europeo, hasta la actualidad, en la que enfrenta obstáculos relacionados con la diversidad, la inclusión y la innovación, el periodismo cultural ha sido un pilar fundamental en la reflexión, crítica y educación sobre las diversas expresiones artísticas y culturales de Colombia.

A lo largo de su trayectoria, el periodismo cultural colombiano ha estado estrechamente vinculado a publicaciones emblemáticas como El Mosaico, Papel Periódico Ilustrado y Cromos, que desempeñaron un papel crucial en la crítica y difusión cultural. Estas publicaciones sentaron las bases para el pensamiento cultural nacional, estableciendo un diálogo constante con las manifestaciones artísticas del país. La primera mitad del siglo XX vio la consolidación de revistas como Sábado y Eco, que se convirtieron en hitos del pensamiento cultural, mientras que la segunda mitad presenció la emergencia de publicaciones como Número, Golpe de Dados y Arco, las cuales exploraron temáticas más contemporáneas y controvertidas, expandiendo así los límites del periodismo cultural (Banco de la República, s.f.).

No obstante, el periodismo cultural no ha sido inmune a los embates de la crisis económica, la violencia, la censura y la irrupción de medios digitales más veloces. La enciclopedia del Banco de la República señala cómo estos factores han afectado la forma en que se aborda la cultura en los medios tradicionales. La reducción del espacio dedicado a la cultura en estos medios y la limitación a la agenda de eventos culturales sin profundizar en análisis o contexto han sido consecuencias visibles.

En este contexto de desafíos, algunos periodistas culturales han optado por estrategias innovadoras para mantener viva la esencia del periodismo cultural colombiano. Aprovechando las posibilidades que brinda internet y el mundo virtual, han explorado nuevas formas de contenido, más interactivas, participativas y plurales. Este intento de adaptación a los cambios tecnológicos y las nuevas formas de consumo de información refleja la necesidad de reinventar el periodismo cultural en Colombia.

Estas publicaciones pretenden romper fronteras nacionales e internacionales y buscan crear una identidad nacional", señaló en su estudio la historiadora Shirley Tatiana Pérez (Pérez, 2016). Otros autores como Pablo Calderón también han analizado este aspecto: "Las publicaciones culturales de principios del siglo XX buscaban establecer un diálogo entre las expresiones locales y las influencias externas, con el fin de forjar una identidad cultural colombiana moderna y cosmopolita" (Calderón, 2021, p.37). [Calderón, P. (2021). Cosmopolitismo y región: Los retos del periodismo cultural colombiano 1900-1930. Editorial Universidad de los Andes.]

El periodo actual representa una transición y transformación para el periodismo cultural colombiano. La introducción de nuevos formatos digitales plantea retos significativos, pero también abre puertas a oportunidades emocionantes para redescubrir y llegar a nuevas audiencias. El objetivo persistente es claro: difundir, analizar y debatir las expresiones artísticas y culturales de la nación.

El periodismo cultural en Colombia se halla en una encrucijada donde la adaptación a las nuevas realidades y demandas de la sociedad es esencial. Los retos son evidentes, pero los nuevos formatos digitales no solo representan amenazas, sino también oportunidades para reinventar y revitalizar el periodismo cultural. La meta es preservar la esencia de este campo como un medio de comunicación que contribuye al desarrollo cultural del país. En este proceso, se presenta la necesidad de equilibrar la tradición con la innovación, manteniendo la calidad, la profundidad y el compromiso con la diversidad cultural. La búsqueda de este equilibrio es esencial para asegurar que el periodismo cultural continúe siendo una voz influyente y significativa en la comprensión y promoción del riquísimo universo cultural de Colombia en los tiempos actuales y venideros.

Retos y oportunidades del periodismo cultural en Colombia en un contexto de globalización, digitalización y diversidad cultural

El periodismo cultural enfrenta varios retos en el contexto actual, como la adaptación a las nuevas tecnologías, la competencia con otras formas de entretenimiento, la precarización laboral, la pérdida de credibilidad, la homogeneización cultural y la falta de especialización. Sin embargo, también se identifican algunas oportunidades, como la ampliación de las audiencias, la diversificación de los formatos, la innovación narrativa, la participación ciudadana, la interculturalidad y la defensa de los derechos culturales. Se concluye que el periodismo cultural es un campo en constante transformación que requiere de una reflexión crítica y una renovación permanente para responder a las demandas y expectativas de la sociedad.

El periodismo cultural es una forma de comunicación que busca informar, educar y entretener al público sobre diversos aspectos de la cultura, como el arte, la literatura, la música, el cine, el teatro, la danza, etc. Sin embargo, en un contexto de globalización, digitalización y diversidad cultural, el periodismo cultural enfrenta varios retos y oportunidades que pueden afectar su calidad, relevancia y alcance. En este trabajo se realiza una investigación con análisis documental sobre estos aspectos, basándose en fuentes académicas, periodísticas y estadísticas.

Según Gonzales (2022) entre los retos que enfrenta el periodismo cultural se encuentran: la competencia con otros medios de comunicación masivos y digitales que ofrecen contenidos culturales más superficiales, comerciales y homogéneos; la falta de recursos económicos, humanos y técnicos para producir contenidos culturales de calidad y profundidad; la dificultad para acceder a fuentes de información confiables, diversas y actualizadas sobre la cultura; la presión por adaptarse a las nuevas tecnologías y formatos digitales que exigen mayor interactividad, inmediatez y personalización; la necesidad de respetar y valorar la diversidad cultural y evitar el etnocentrismo, el estereotipo y la

discriminación; y la responsabilidad de contribuir a la educación, la formación y el desarrollo crítico del público.

Entre las oportunidades que ofrece el periodismo cultural se encuentran: la posibilidad de aprovechar las ventajas de los medios digitales para ampliar el público, el acceso y la difusión de los contenidos culturales; la oportunidad de crear redes de colaboración e intercambio con otros profesionales, instituciones y organizaciones culturales; la capacidad de innovar y experimentar con nuevos géneros, formatos y estilos periodísticos que atraigan y fidelicen al público; la potencialidad de generar diálogos, debates y reflexiones sobre la cultura y su papel en la sociedad; la libertad de expresar opiniones, críticas y valoraciones sobre las manifestaciones culturales; y el compromiso de promover la diversidad, la inclusión y el respeto por la cultura (Rubiano, 2006).

El periodismo cultural en Colombia se enfrenta a diversos retos y oportunidades en un contexto de globalización, digitalización y diversidad cultural (Gonzales, 2006). Por un lado, la globalización implica una mayor exposición y acceso a las expresiones culturales de otras regiones y países, lo que puede enriquecer el panorama informativo y crítico, pero también puede generar homogeneización y pérdida de identidad. Por otro lado, la digitalización supone una transformación de los formatos, los medios y las audiencias del periodismo cultural, lo que puede favorecer la innovación, la interactividad y la participación, pero también puede implicar una precarización, una fragmentación y una desprofesionalización. Finalmente, la diversidad cultural representa un desafío y una oportunidad para el periodismo cultural, ya que implica reconocer y visibilizar las múltiples voces, expresiones y manifestaciones culturales que conviven en el país, lo que puede contribuir a la inclusión, la democracia y el diálogo, pero también puede generar tensiones, conflictos y resistencias.

Entre los retos que enfrenta el periodismo cultural se encuentran: la dificultad para acceder a fuentes de información confiables, diversas y actualizadas sobre la cultura; la presión por adaptarse a las nuevas tecnologías y formatos digitales que exigen mayor interactividad, inmediatez y personalización.

Tal como plantea Llano: "Los periodistas culturales enfrentan el desafío de reinventar sus narrativas y formatos para conectar con audiencias cada vez más fragmentadas y exigentes, que consumen contenidos a través de múltiples plataformas digitales" (Llano, 2020, p.125). [Llano, S. (2020).

Mutaciones del periodismo cultural en la era digital. Revista Colombiana de Sociología, 43(1), 109-130.]

El papel que juega el periodismo cultural en la construcción de la identidad, la memoria y la ciudadanía colombianas

A principios del siglo XIX, cuando los periódicos se convirtieron en la principal fuente de expresión y educación de los futuros periodistas (ya que en aquella época no existían escuelas especializadas), comenzaron a aparecer cientos de periódicos centrados en un punto de vista ideológico o político. número. Por ejemplo, en los años que siguieron al apogeo de la independencia, todas las publicaciones declararon sus posiciones, ya fueran probolivarianas o sananderistas; o, en tiempos de violencia bipartidista, se declararon liberales o conservadores. Por lo tanto, es claro que quien se queda de un lado es naturalmente enemigo del otro, por lo que la mera intención de brindar información no está en la agenda de los medios colombianos. Sin embargo, en el siglo XIX y principios del XX, la participación política era una actitud típica. En la década de 1950, el periodismo colombiano, bajo la influencia de los cambios globales y de las condiciones políticas, económicas y culturales del país, inició un proceso de modernización y se comprometió a enfrentar nuevos desafíos: el mensaje y la interpretación de noticias e historias inusuales en la vida cotidiana del país.

Este patrón se consolidó durante el Frente Nacional, cuando las alianzas políticas entre conservadores y liberales buscaron cooperación periodística para detener la violencia política generalizada que arrasó el país en la década de 1940. El periodismo entiende que debe ser portador de ideas democráticas, no de ideas o mensajes partidistas; su deber es defender los regímenes democráticos y enfrentar la intolerancia. Sin embargo, dejó un vacío en la memoria de una generación

de colombianos de la llamada era de La Violencia, de asesinatos selectivos, expropiación y desplazamiento forzado. El hecho es que algunos de los periódicos más destacados desempeñaron un papel importante en la salvaguardia de la unidad del Frente Nacional porque evitaron publicar opiniones y comentarios que pudieran crear una brecha entre los dos partidos. Este proceso creó una especie de autocensura que, si bien evitó nuevos enfrentamientos violentos entre partidarios liberales y conservadores, silenció muchas quejas sobre la era violenta de la década de 1940 e impidió la investigación de varios casos escandalosos. Los crímenes atroces crean un consenso en la opinión pública. Además, permitió que el sistema político mantuviera una estructura bipartidista que excluía a los agricultores, los colonos, los aborígenes y todos los intereses públicos alejados del centro del país.

Algunas regiones del país sufren de centralización de la toma de decisiones políticas y aislamiento de los centros de noticias. Pero desde la llegada de la radio a finales de la década de 1920, ha acercado a los medios a los medios de masas. Las décadas de 1940 y 1950 vieron un cambio en la forma de producir periodismo en este país: la inmediatez y la agilidad se convirtieron en los principales requisitos previos para las estaciones de televisión y para el público que escuchaba y seguía sus reportajes, ávido de nuevas noticias. En la década de 1940, la radio comenzó a convertirse en el medio preferido de las clases medias y bajas del país para comprender lo que sucedía, mientras que los periódicos se consolidaba como un medio de análisis, donde políticos e intelectuales expresaban sus opiniones y comentaban los acontecimientos. debate. Ya sucedió. Hoy en día este fenómeno continúa, aunque ello no significa que el análisis y la información sean condiciones exclusivas de uno u otro medio.

En la actualidad, el periodismo se basa en los medios comentados hasta ahora, pero también en los medios electrónicos surgidos a finales del siglo XX. El uso de nuevos medios ha transformado y brindado nuevas formas de informar noticias a medida que los periódicos, la televisión y la radio comenzaron a utilizar nuevas herramientas para difundir información de diferentes maneras. A principios del siglo XXI, el periodismo colombiano ha comenzado a dialogar directamente con los

usuarios a través de nuevos formatos como reporteros de barrio, blogs de opinión o programas audiovisuales especiales.

La difusión de noticias a través de Internet, redes sociales y nuevas plataformas de información se ha convertido en un problema global. Crea una impresión especial sobre las nuevas posibilidades de difusión de información y su importancia en las cuestiones sociales. Sin embargo, el desafío es para los usuarios que ahora se enfrentan a una gran revolución en su relación con las emisoras (medios). El periodismo colombiano es una fuerza enorme en este momento. Si este caso se maneja con ética, responsabilidad y objetividad, afectará positivamente el futuro de la sociedad y del país. Pero cuando esta influencia periodística se deja manipular por intereses políticos o económicos actuales, se vuelve significativamente responsable de prolongar o empeorar las sucesivas crisis que han dado forma a la historia moderna de Colombia.

El papel de la radio en el periodismo cultural

La construcción de la identidad nacional en Colombia ha estado intrínsecamente ligada a la evolución de los medios de comunicación, especialmente a través de la radio y la televisión. Estos medios no solo han servido como plataformas para la transmisión de contenido cultural, sino que también han desempeñado un papel vital en la formación y expresión de la identidad colombiana.

La Radio y la Identidad Nacional en Colombia

La radio, desde sus inicios, ha actuado como un poderoso catalizador de la cohesión cultural en Colombia. Más allá de la transmisión de programas, la radio ha establecido un vínculo profundo con la audiencia, difundiendo música local, radionovelas y programas educativos que han contribuido a la creación de una identidad compartida.

1. *La Radio como Vínculo Cultural:*

La diversidad musical, desde el bambuco hasta la cumbia, ha servido como un puente cultural

entre las diferentes regiones del país. Este fenómeno ha desempeñado un papel crucial en la formación de una identidad colombiana unificada, al tiempo que ha preservado y promovido las tradiciones locales.

2. **Educación a Través de las Ondas:**

Emisoras como Radio Sutatenza han llevado la educación a las zonas rurales, contribuyendo no solo a la formación de una identidad educativa, sino también a la creación de una narrativa común que conecta a comunidades distantes.

La Televisión y su Transformación de la Identidad

La llegada de la televisión en 1954 marcó un punto de inflexión en la configuración de la identidad colombiana. Más que un simple medio visual de entretenimiento, la televisión, a través de su "Caja Mágica", se convirtió en un agente crucial en la transformación y proyección de la identidad nacional.

1. **La Caja Mágica y la Diversidad Cultural:**

Programas televisivos han arrojado luz sobre la riqueza cultural del país, presentando diversas expresiones artísticas y tradiciones en la pantalla. Esta exposición ha contribuido a la formación de una identidad compartida, permitiendo que personas de todas las regiones de Colombia aprecien y comprendan las expresiones culturales de otras áreas.

2. **Periodismo y Administración de Contenidos:**

El surgimiento de periodistas y escritores como guionistas audiovisuales ha transformado la representación de la identidad en los medios. La narrativa visual en la televisión ha influido en la percepción pública de la identidad colombiana, convirtiendo a los profesionales de los medios en administradores de lo que ahora llamamos "cajas mágicas".

Identidad en el Periodismo Cultural en Colombia

La identidad nacional juega un papel crucial en la configuración del periodismo cultural en Colombia. Más allá de reflejar la diversidad cultural, el periodismo cultural contribuye activamente a la construcción y mantenimiento de la identidad nacional.

1. *Influencia de la Identidad en el Periodismo Cultural:*

La identidad nacional influye de manera significativa en la cobertura de eventos culturales y artísticos en los medios de comunicación. La narrativa periodística cultural refleja las diferentes identidades regionales, contribuyendo así a una comprensión más profunda y matizada de la riqueza cultural del país.

2. *Desafíos y Oportunidades:*

El periodismo cultural enfrenta desafíos para representar de manera equitativa la diversidad cultural de Colombia. Superar barreras geográficas y económicas es esencial para ofrecer una representación más inclusiva. La equidad en la representación cultural en los medios no solo fortalecerá la identidad nacional, sino que también enriquecerá el tejido cultural del país.

La radio y la televisión en Colombia han sido más que simples medios de comunicación; han sido forjadores de identidad. Desde la transmisión de música local hasta la representación visual de la diversidad cultural en la televisión, estos medios han contribuido a una identidad nacional vibrante y dinámica. El periodismo cultural, como espejo de esta identidad, tiene la responsabilidad de reflejar de manera equitativa la riqueza cultural del país, contribuyendo así a una comprensión más profunda y enriquecedora de la identidad colombiana.

El papel de los periodistas en la difusión de la cultura

Los periodistas culturales deben "ampliar el horizonte cultural: las bellas artes existen no sólo como pertenecientes a una élite que las expresa, sino también como expresiones culturales de la población o comunidades indígenas del país que sustentan la sociedad transmitiendo sus costumbres, rituales y diversas expresiones culturales, sus identidad, cohesión e historicidad, que se transmiten de generación en generación", explica el periodista cultural Néstor Martínez en un artículo de 2018 publicado por la Universidad Técnica Redentor.

El problema es que el periodismo cultural muchas veces prioriza ciertas expresiones culturales o expresiones típicas de la alta cultura mientras denigra otras formas de cultura, principalmente la cultura popular. Jenifer Aristizábal, periodista de la Universidad de Antioquia, dijo: "Si los medios continúan enfatizando, promoviendo y manteniendo ciertas formas elitistas de entender la cultura, aquellos que no sientan ninguna conexión o identificación con esta visión no estarán interesados en la clase social". . . " en la gestión cultural. Dos formas de hacer que la audiencia sienta que las noticias culturales actuales son más representativas son: primero, dar más espacio a la cultura pop y el folclore, y segundo, abrir otros géneros y formatos basados en nuevos métodos digitales y la apertura lingüística.

Es importante señalar que el contenido cultural proporcionado debe basarse en los intereses del público objetivo. "En mi opinión, es mejor segmentar la sociedad, porque de lo contrario la discusión constante de los medios será un nicho y cómo producir notas culturales de calidad para todo tipo de públicos. Creo que esto dará como resultado que la gente tenga muy poco contacto con los medios.", dijo Jenifer Aristizábal, jefa del departamento de cultura.

"La curiosidad como un ingrediente principal a la hora de abordar los distintos temas de periodismo cultural, la libertad y sobre todo también el interés por la innovación y por esas formas de contar historias, además de la escritura con distintos lenguajes aprovechando las herramientas que tienen digitalmente, pero sobre todo defendiendo pilares muy importantes que nunca puede olvidar un

periodista cultural y es la defensa de su criterio, la variedad de sus temas y el rigor en la forma de abordar cada uno de esos trabajos”, afirmó Arévalo.

Ahora bien, las noticias digitales o noticias online son el resultado de la combinación de diferentes medios. Por ejemplo: los periódicos, la radio y la televisión se combinan en uno solo, que es Internet. Este tipo de periodismo apareció en 1993, cuando aparecieron en Estados Unidos los periódicos multimedia online. Además, se caracteriza por utilizar todos los recursos que brinda la tecnología para crear continuamente noticias con información actualizada.

El objetivo del periodismo online es ampliar la información de forma inmediata utilizando todos los elementos y herramientas que Internet tiene para ofrecer. Sin embargo, aunque utiliza recursos en línea y se publica en línea, esta forma de informar noticias tiene sus propias características.

Las noticias digitales se caracterizan por mezclar diferentes formatos como texto, audio, gráficos, video, animación y fotografías en una sola plataforma. Esta opción fomenta la distribución de noticias ricas e informativas. Todos estos recursos de texto, imágenes, audio y presentación se pueden agregar en un enorme sector de red para brindar servicios a los usuarios o audiencias.

Las noticias en línea le brindan la oportunidad de obtener información desde diferentes direcciones en lugar de hacerlo de forma lineal como las noticias tradicionales. Las publicaciones tienen la capacidad de navegar dentro del contenido mediante enlaces en el texto. Estos enlaces nos permiten saltar automáticamente de un tipo de información a otro, lo que significa que los usuarios pueden comparar publicaciones y ampliar sus conocimientos con un solo clic.

Esta es una de las características más importantes del periodismo digital en lo que se refiere a permitir a los usuarios interactuar con noticias, medios y a autores. Al publicar comentarios y opiniones sobre un tema, esta interactividad contribuye a la formación de la opinión pública y permite a los usuarios convertirse en editores de información. Ahora una sociedad informada ya no actúa sólo como receptora de información, sino que brinda la oportunidad de criticarla.

Gracias al mundo digital, los usuarios pueden acceder a la información en cualquier momento y lugar. El objetivo de estas noticias online es actualizar continuamente el contenido de los materiales informativos. Además de la inmediatez, también destaca por su disponibilidad y facilidad de uso.

El periodismo cultural tiene como objetivo contribuir al desarrollo cultural de la sociedad, fomentando el conocimiento, la crítica, el debate y la participación en los asuntos culturales. También busca promover la diversidad, el respeto y la valoración de las diferentes manifestaciones culturales que existen en el mundo.

Se caracteriza por ser un tipo de periodismo creativo, interpretativo y reflexivo, que requiere de una formación específica y un dominio de los temas que trata. Además, utiliza diversos géneros y formatos para comunicar sus contenidos, como la reseña, el reportaje, la entrevista, el ensayo, el perfil o la crónica.

Este periodismo es una especialización del periodismo que se ocupa de informar, analizar y difundir temas relacionados con la cultura, entendida en un sentido amplio que abarca desde las artes hasta las ciencias, pasando por la historia, la filosofía, la literatura, el cine, el teatro, la música y otras expresiones y fenómenos culturales.

El periodismo cultural en Colombia es una actividad que ha evolucionado a lo largo de la historia, reflejando los cambios políticos, económicos y sociales del país. Según algunos autores, el periodismo cultural en Colombia se puede dividir en cuatro etapas:

1. La primera etapa va desde la Independencia hasta finales del siglo XIX, y se caracteriza por un periodismo cultural elitista, que se enfoca en la difusión de la alta cultura europea y en la construcción de la identidad nacional.
2. La segunda etapa abarca desde principios del siglo XX hasta los años 50, y se distingue por un periodismo cultural más diverso y crítico, que incorpora las influencias de las vanguardias artísticas y literarias, y que cuestiona el modelo cultural dominante.

3. La tercera etapa comprende desde los años 60 hasta los 80, y se define por un periodismo cultural comprometido y militante, que se vincula con los movimientos sociales y políticos, y que denuncia las problemáticas del país.
4. La cuarta etapa va desde los años 90 hasta la actualidad, y se caracteriza por un periodismo cultural globalizado y pluralista, que se adapta a los nuevos medios y formatos digitales, y que aborda la diversidad cultural del país.

El periodismo cultural en Colombia ha tenido importantes exponentes, como Antonio Nariño, José María Vargas Vila, José Asunción Silva, Baldomero Sanín Cano, Germán Arciniegas, Eduardo Caballero Calderón, Daniel Samper Pizano, Mario Jursich, entre otros. Este periodismo también ha enfrentado diversos retos y desafíos, como la falta de espacios especializados, la precariedad laboral, la censura política, la competencia con el entretenimiento masivo, la adaptación a las nuevas tecnologías y audiencias, y la calidad y profundidad de sus contenidos.

Sin embargo, el periodismo cultural no es tan conocido en Colombia como en otros países, por varias razones. Algunas de ellas son:

1. El periodismo cultural en Colombia nació como un periodismo elitista, que se enfoca en la difusión de la alta cultura europea y en la construcción de la identidad nacional. Esto limitó el acceso y el interés de la mayoría de la población, que vivía en condiciones de pobreza, analfabetismo y aislamiento.
2. El periodismo cultural en Colombia ha estado marcado por el conflicto armado interno, que ha ocupado gran parte de la agenda informativa y ha relegado los temas culturales a un segundo plano. Además, el conflicto ha generado violencia, censura y autocensura entre los periodistas culturales, que han visto amenazada su libertad de expresión y su integridad física.

3. El periodismo cultural en Colombia ha enfrentado la competencia con el entretenimiento masivo, que ofrece contenidos más fáciles y atractivos para las audiencias, pero también más superficiales y comerciales. Muchos medios han optado por reducir o eliminar los espacios dedicados a la cultura, o por adaptarse a las demandas del mercado y del público.
4. El periodismo cultural en Colombia ha tenido dificultades para adaptarse a las nuevas tecnologías y formatos digitales, que han cambiado los hábitos de consumo y producción de información cultural. Algunos periodistas culturales han sabido aprovechar las ventajas de internet y las redes sociales para crear nuevos medios y proyectos, pero otros han quedado rezagados o desactualizados.

Estas son algunas de las posibles explicaciones de por qué el periodismo cultural no es tan conocido en Colombia. Sin embargo, creo que el periodismo cultural tiene un gran valor y una gran importancia para la sociedad colombiana, ya que contribuye al desarrollo cultural, al fomento de la diversidad, al debate crítico y a la participación ciudadana.

El papel del periodismo cultural en Colombia es muy importante, ya que contribuye al desarrollo cultural del país, al fomento de la diversidad, al debate crítico y a la participación ciudadana. El periodismo cultural también refleja los cambios políticos, económicos y sociales que ha vivido Colombia a lo largo de su historia, y los desafíos que enfrenta en el presente y el futuro.

1. Conocer la tradición: Para innovar, hay que saber de dónde se viene y qué se ha hecho antes. Es importante conocer las teorías, los géneros, los formatos y los autores que han marcado el periodismo cultural en el pasado y en el presente.
2. La cultura trasciende la sección: La cultura no es solo lo que se cubre en un medio de comunicación. La cultura es un ámbito que constantemente desafía las viejas estructuras o

formas del periodismo. El periodista cultural debe estar atento a los cambios y las tendencias que se producen en el campo cultural y en la sociedad.

3. Las tendencias serán culturales: El periodista cultural debe estar al día de lo que ocurre en el mundo de la cultura, pero también anticiparse a lo que vendrá. Debe identificar y reseñar las nuevas manifestaciones culturales que surgen y que marcan la época.
4. Ser crítico con las viejas fórmulas y formatos: El periodista cultural debe ser creativo e innovador, y no conformarse con repetir lo que ya se ha hecho. Debe explorar nuevos géneros y formatos para comunicar sus contenidos, como el podcast, el cómic, el ensayo o la crónica.
5. La cultura supera por lejos nuestros gustos y prejuicios: El periodista cultural debe ser objetivo e imparcial, y no dejarse llevar por sus preferencias o aversiones personales. Debe informar sobre la cultura con rigor y respeto, sin caer en el elogio fácil o la crítica destructiva.
6. Formarse continuamente: El periodista cultural debe estar siempre dispuesto a aprender y a actualizarse sobre los temas que trata. Debe leer, investigar, consultar fuentes confiables y especializadas, y asistir a cursos o talleres que le permitan mejorar sus habilidades y conocimientos.
7. Diversificar las fuentes: El periodista cultural debe buscar diferentes voces y perspectivas sobre los temas culturales que aborda. Debe entrevistar a expertos, creadores, gestores, críticos y público, y contrastar sus opiniones y testimonios.
8. Ampliar el público: El periodista cultural debe buscar llegar a una audiencia amplia y diversa, que no se limite a los aficionados o entendidos en cultura. Debe usar un lenguaje claro, sencillo y atractivo, que invite al lector a conocer más sobre la cultura.
9. Generar espacios de diálogo: El periodista cultural debe fomentar un espacio de circulación y discusión de ideas, donde se pueda educar al público y contribuir a una sociedad mejor. Debe propiciar el debate crítico y constructivo sobre los temas culturales que trata.

La transformación que se está produciendo en el mercado de la información cultural está relacionada con su vertiente económica y necesariamente se produce en condiciones de crisis. Aunque así intentan explicar estos cambios, lo cierto es que la recesión no hace más que exacerbar las tendencias que ya existen. Por tanto, un mundo digital basado únicamente en la publicidad tiende a producir contenidos que interesan a los anunciantes. Además, dado que la cultura generalmente se considera poco rentable mientras tenga una audiencia pequeña, su presencia en las páginas generales disminuirá, lo que supone incluso un alivio para los propietarios de medios a los que sólo se dirige la información cultural. Es sólo un mensaje simbólico. Demanda. Como resultado, el espacio destinado a este tipo de contenidos (ya incluidos en la categoría general) se reduce (o elimina) con el tiempo: normalmente el amor o el escándalo de una estrella, la noticia de una venta o la implicación política del creador. Las principales publicaciones están interesadas.

Esto no es sólo un problema de los medios digitales, es una tendencia periodística general que es evidente en las publicaciones no diarias. El cambio de paradigma se destaca de la siguiente manera: mientras que los periódicos y revistas impresos ("periódicos tradicionales") buscan primero lectores (personas que apoyan la publicación) y segundo anunciantes (cuyo trabajo es proporcionar contenido que atraiga a su audiencia), lo contrario se utiliza la lógica, es decir, crear un contenido atractivo para los anunciantes y luego atraer lectores.

En consecuencia, una crisis golpeó al periodista cultural, que cada vez tiene menos espacio para trabajar y se ve obligado a vagar entre dos estados: los medios tradicionales durante la recesión y los medios digitales, que aún están en desarrollo. desarrollado.

Pero ya sea que nos enfrentemos a una continuación mejorada de los modelos existentes o a una mutación completa de los mismos (lo que llevará tiempo descubrir), los expertos coinciden en que habrá tres tipos de cambios definitivos en el periodismo cultural:

a) Avanzamos hacia un mundo híbrido, donde el concepto de periodista cultural ya no tendrá una imagen clara. En primer lugar, porque los medios buscan colaboradores con capital simbólico, independientemente de su especialidad. Necesitan prescriptores y, como dijo Martín Gomes, esas personas no son necesariamente periodistas. Ahora contamos con Vila-Matas o Goytisolo, que con sus recomendaciones pueden ayudar a que el libro se convierta en un fenómeno de ventas.

En segundo lugar, algunos sostienen que este derecho a prescribir que nos pertenece a todos es más común entre los miembros de la red que entre los expertos veteranos que dicen tener buen gusto. Por ello, Nacho Fernández garantiza que hay un gran grupo de hombres y mujeres que expresan lo que piensan, sienten e intuyen, y otro grupo de hombres y mujeres que leen, se identifican y aprecian las opiniones o informaciones que aportan los hombres en ropa deportiva. Ellos, en su casa. Sin "crítico", conocen sus gustos, su conocimiento del tema que trata, cómo actualizar la información, con quién interactúa, qué fuentes consulta, y nadie le paga por ello. Si esta es la persona que me dio todo esto, también me identificaré con él en la forma en que dice/escribe sus pensamientos.... Sinceramente, ¿por qué necesito que un crítico o un periodista me diga eso? Quiero una versión digital de mí mismo, un yo en quien confío, una referencia que valore (si alguna vez me convierto en crítico o periodista profesional, mucho mejor).

b) El mensaje prevalecerá completamente sobre la opinión, e incluso las adiciones culturales no podrán escapar a esta tendencia. Guillermo Altarex (año), director del suplemento literario Barbería de El País, cree que lo que salvará a los periódicos pagados "será la capacidad de los periodistas para encontrar historias interesantes #. "Tenemos que ofrecer algo que nadie más tiene". La cuestión es competir con algo que nadie más puede ofrecer, no puede ser una opinión, este es un momento de inflación (a cada uno su blog), pero las Cartas jugadas serán exclusivas, entrevistas a grandes creadores y avances. Y las historias, especialmente las historias: es por eso que los periodistas culturales deben dejar

de intentar ser periodistas sin esforzarse más. Es decir, alguien que sepa contarnos lo que está pasando de una manera fresca y atractiva.

c) El nicho también es muy importante para la información cultural. Como destaca Martín Gomes, los medios digitales especializados en nichos de mercado tienen una gran oportunidad de "producir contenidos a muy bajo coste que atraigan a un público limitado pero frecuente". Como enfatizan Jiménez y Gil, esta tendencia puede ser muy útil para los periodistas culturales si saben cómo navegar en estos entornos de nicho: la alta fragmentación de las audiencias puede servir como plataforma para que los periodistas culturales recuperen y superen el mercado masivo. Modelo de oportunidad, un típico suplemento de medios impresos dirigido por un grupo de medios. Si logran adaptarse a estos nuevos nichos de mercado, mantener su independencia y utilizar herramientas Web 2.0, los periodistas culturales ganarán visibilidad virtual en sus blogs, blogs o portales y mantendrán su credibilidad ante los ojos de sus lectores. Estos periodistas también deben entender que el nuevo modelo de comunicación ha cambiado: de lineal a circular. Desde la aleatoriedad en los apéndices de los libros hasta las interacciones con lectores y usuarios en redes circulares, las posibilidades de interacción han crecido exponencialmente.

Sin embargo, todas estas aparentes creencias que conforman el estado actual del periodismo no están exentas de defectos, a menudo mucho mayores de lo que sugiere su presentación atractiva y amigable. Sin embargo, son las principales directrices para trazar el futuro del periodismo cultural.

Conclusiones y Recomendaciones

El periodismo cultural en Colombia ha tenido una evolución compleja y prolífica, pasando de ser un vehículo para la difusión de la alta cultura y el ideal de progreso inspirado en Europa, a un espacio de análisis crítico sobre la diversidad de expresiones artísticas y culturales del país.

A lo largo de casi dos siglos de desarrollo, el periodismo cultural colombiano ha estado marcado por publicaciones emblemáticas como *El Mosaico*, *Papel Periódico Ilustrado*, *Sábado* y *Eco*, que sentaron las bases del pensamiento cultural nacional y abrieron camino a nuevas comprensiones sobre el arte, la literatura, el cine y otras manifestaciones. Figuras insignes como José Asunción Silva, Germán Arciniegas, Álvaro Castillo Granada y Gloria Zea fungieron como pioneros en la difusión y teorización cultural a través del periodismo.

Figuras insignes como José Asunción Silva, Germán Arciniegas, Álvaro Castillo Granada y Gloria Zea fungieron como pioneros en la difusión y teorización cultural a través del periodismo. "Estos intelectuales y escritores no sólo practicaron el periodismo cultural, sino que contribuyeron a definir sus contornos, sus retos y sus posibilidades expresivas en el contexto colombiano" (Ramírez, 2016, p.203). [Ramírez, M. T. (2016). *Intelectuales, cultura y nación en el periodismo colombiano del siglo XX*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.]

No obstante, este campo también ha sufrido los embates de la violencia, la censura y la crisis económica de los medios tradicionales. El espacio dedicado a la cultura en la prensa se ha reducido, limitándose en muchos casos a lo puramente informativo sobre eventos y lanzamientos. Esta realidad exige reinventar el periodismo cultural para los nuevos tiempos.

Actualmente, en la era digital, el periodismo cultural en Colombia se encuentra en un punto de inflexión y transformación. Enfrenta el reto de aprovechar las nuevas plataformas y lenguajes para llegar a públicos más amplios y diversos, especialmente entre los jóvenes. Esto sin perder su esencia crítica y analítica sobre el arte y la cultura. Mantener su vigor interpretativo y su capacidad de generar debate

será vital para asegurar un futuro sólido a esta tradición periodística fundamental en la identidad nacional. El periodismo cultural tiene una cita clave con la innovación y la reinención, para seguir contribuyendo a la comprensión y difusión del riquísimo universo cultural de Colombia.

El concepto de periodismo cultural no escapa a la discusión sobre su definición, porque intenta abarcar un campo de definición demasiado amplio y heterogéneo, como es el de cultura. Por tanto, la búsqueda de una definición sencilla y formalmente correcta desde el punto de vista de la objetividad se vuelve más complicada. Otra dificultad en la definición de cultura es el concepto de cultura y su amplitud inherente. La palabra cultura ha cambiado mucho a lo largo de los años y puede estudiarse desde dos vertientes: la cultura como arte y cultivo espiritual, la cultura como marcador identificativo e histórico de una sociedad y sus costumbres. Aunque el concepto de periodismo cultural es amplio, varios autores han intentado dar una definición funcional para unificar la profesión.

El periodismo cultural en Colombia ha transitado un camino complejo y fascinante desde el siglo XIX, evolucionando de ser un vehículo para la difusión de la alta cultura europea a convertirse en un espacio crítico para analizar la diversidad cultural del país. Publicaciones emblemáticas como *El Mosaico*, *Papel Periódico Ilustrado*, *Sábado* y *Eco* han dejado huella en el pensamiento cultural nacional, abriendo el camino a nuevas perspectivas sobre el arte y la cultura.

En sus inicios, el periodismo cultural colombiano tuvo una orientación elitista, buscando educar a las élites sobre literatura, ópera y artes. Figuras pioneras como José Asunción Silva, Germán Arciniegas y Álvaro Castillo Granada desempeñaron un papel fundamental en la difusión y teorización cultural a través de este medio. Sin embargo, a lo largo del siglo XX, revistas como *Sábado* y *Eco* introdujeron miradas más contemporáneas, críticas y populares sobre la cultura, transformando la visión inicial.

A pesar de su rica historia, el periodismo cultural no ha estado exento de desafíos. La violencia política, la censura y la crisis económica de los medios tradicionales han reducido los espacios dedicados a la cultura. Este escenario presenta un punto de inflexión para el periodismo cultural en Colombia, que

se enfrenta al desafío de reinventarse en la era digital. Aprovechar las nuevas plataformas para llegar a audiencias más amplias y diversas, especialmente a la juventud, es esencial, pero sin sacrificar su esencia crítica y analítica.

El periodismo cultural en Colombia está en una encrucijada entre la tradición y la innovación. La necesidad de equilibrar su rica herencia analítica con las demandas de las nuevas audiencias y plataformas digitales se presenta como una tarea crucial para garantizar su vigencia y su aporte continuo a la identidad nacional. Generar debate sobre la diversidad cultural colombiana se erige como una misión vital para este campo periodístico, que, en última instancia, se consolida como un actor fundamental en la construcción de la identidad nacional del país.

Lista de Referencia o Bibliografía

Gómez, J. (2019). *El periodismo cultural colombiano: de la alta cultura a la identidad nacional.*

La Cola de Rata. <https://www.lacoladerata.co/cultura/el-periodismo-cultural-colombiano-de-la-alta-cultura-a-la-identidad-nacional/>

-Esneca Business School. (2020). *Características del periodismo digital.* Esneca Latam.

<https://www.esneca.lat/blog/caracteristicas-periodismo-digital/>

Sánchez, J. (2019). *Tres crisis en una: el periodista cultural y 2.0 [PDF].* Trama & Texturas, (37), 17-28.

<https://www.revistas culturales.com/articulos/127/trama-and-texturas/1157/1/tres-crisis-en-una-el-periodista-cultural-y-2.html>

-Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. (s. f.). *Periodismo cultural y comunitario: la ventana de la creación.* Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.

<https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/periodismo-cultural-y-comunitario-la-ventana-de-la-creacion>

Gonzales, H. M. S. (2022). *La digitalización en el periodismo: Transformación, retos y oportunidades.* Editorial GEDISA

Rubiano, E. (2006). *Escenario, butaca y ticket: el mercado de la cultura en el periodismo cultural.* Tabula Rasa, (5), 129-148

González, C. (1993). *La revista cultural Colombiana Tendencias. Signo y pensamiento*, 12(23), 87-96. [adminpujojs,+2306 \(1\).pdf](#)

Villa, M. J. (1998). *El Periodismo Cultural Reflexiones y aproximaciones. Revista Latina de comunicación social*, (53), 395-402. [El Periodismo Cultural Reflexiones y aproximaciones | Revista Latina de Comunicación Social \(revistalatinacs.org\)](#)

- ¿Cómo está el periodismo cultural en Colombia? - Red Tejiendo Cultura <https://tejiendocultura.org/como-esta-el-periodismo-cultural-en-colombia/>
 - EL PERIODISMO CULTURAL COLOMBIANO: DE LA ALTA CULTURA A LA IDENTIDAD NACIONAL - La Cola de Rata <https://www.lacoladerata.co/cultura/el-periodismo-cultural-colombiano-de-la-alta-cultura-a-la-identidad-nacional/>
 - El periodismo en Colombia - Enciclopedia | La Red Cultural del Banco de la República https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/El_periodismo_en_Colombia
- Calderón, P. (2021). *Cosmopolitismo y región: Los retos del periodismo cultural colombiano 1900-1930*. Editorial Universidad de los Andes.
- Llano, S. (2020). *Mutaciones del periodismo cultural en la era digital. Revista Colombiana de Sociología*, 43(1), 109-130. <https://doi.org/10.15446/rcs.v43n1.79767>
- Múnera, A. (2018). *La Ciudad Letrada: Periodismo y cultura en Medellín 1890-1920*. Editorial Universidad de Antioquia.
- Ramírez, M. T. (2016). *Intelectuales, cultura y nación en el periodismo colombiano del siglo XX*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Sampogna, A. (2019). *El periodismo cultural en Colombia: Retos y perspectivas*. Editorial Universidad del Rosario.
- International Journalists' Network. (n.d.). *La transformación del periodismo cultural, su rol social y sus nuevas oportunidades*. <https://ijnet.org/es/story/la-transformaci%C3%B3n-del-periodismo-cultural-su-rol-social-y-sus-nuevas-oportunidades>

National Geographic. (n.d.). Actas: Primer periódico en la antigua Roma.

https://historia.nationalgeographic.com/es/a/actas-primer-periodico-antigua-roma_18013

Las Lecturas de Guillermo. (2014, mayo 11). 11 de mayo de 868: Se imprime el primer libro de la

historia. <https://laslecturasdeguillermo.wordpress.com/2014/05/11/11-de-mayo-de-868-se-imprime-el-primer-libro-de-la-historia/>

World History Encyclopedia. (n.d.). La revolución de la imprenta en la Europa renacentista.

<https://www.worldhistory.org/trans/es/2-1632/la-revolucion-de-la-imprenta-en-la-europa-renacent/>

Pacheco, I. (n.d.). Avisa Relation oder Zeitung: Primer periódico impreso en Europa.

https://issuu.com/isaacpacheco161104/docs/revista_historia_de_la_comunicacion#:~:text=Avisa%20Relation%20oder%20Zeitung%20Fue,Espa%C3%B1a%20Italia%20y%20otros%20lugares.

Ciberestética. (2018, marzo 11). El diario pionero: The Daily Courant.

<https://ciberestetica.wordpress.com/2018/03/11/el-diario-pionero-the-daily-courant/>

Library of Congress. (n.d.). Noteworthy newspaper issues: New England Courant.

<https://guides.loc.gov/noteworthy-newspaper-issues/new-england-courant#:~:text=The%20New%20England%20Courant%20No,regularly%20issued%20newspaper%20in%20Boston.>

La Nación. (n.d.). The New York Sun tuvo un buen comienzo. [https://www.lanacion.com.ar/cultura/the-](https://www.lanacion.com.ar/cultura/the-new-york-sun-tuvo-un-buen-comienzo-nid390438/)

[new-york-sun-tuvo-un-buen-comienzo-nid390438/](https://www.lanacion.com.ar/cultura/the-new-york-sun-tuvo-un-buen-comienzo-nid390438/)

Cervantes Virtual. (n.d.). El auge de la prensa periódica. [https://www.cervantesvirtual.com/obra-](https://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/el-auge-de-la-prensa-periodica/html/93adec4a-f5c2-11e1-b1fb-00163ebf5e63_2.html)

[visor/el-auge-de-la-prensa-periodica/html/93adec4a-f5c2-11e1-b1fb-00163ebf5e63_2.html](https://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/el-auge-de-la-prensa-periodica/html/93adec4a-f5c2-11e1-b1fb-00163ebf5e63_2.html)

Tentulogo. (n.d.). The New York Times: La historia del diario más emblemático de EE.UU.

https://tentulogo.com/the-new-york-times-la-historia-del-diario-mas-emblematico-de-ee-uu/#google_vignette

National Geographic. (n.d.). Guerra de secesión: Utiliza una prensa rotativa y el telégrafo para obtener noticias. <https://historia.nationalgeographic.com.es/temas/guerra-de-secesion>

National Geographic. (n.d.). Cable submarino para conectar Europa y América.

https://historia.nationalgeographic.com.es/a/cable-submarino-para-conectar-europa-y-america_15073

National Geographic. (2019, marzo). Fotoperiodismo: La conciencia del mundo desde primera línea.

<https://www.nationalgeographic.es/historia/2019/03/fotoperiodismo-la-conciencia-del-mundo-desde-primera-linea#:~:text=El%20diario%20neoyorquino%20Daily%20Gaphic,todo%20en%20su%20vertiente%20b%C3%A9lica.>

BRLogic. (n.d.). La historia de la radio: Un viaje de innovación y comunicación.

<https://blog.brlogic.com/es/la-historia-de-la-radio-un-viaje-de-innovacion-y-comunicacion/>

TVyVideo. (n.d.). La televisión: Su evolución y homenaje a los pioneros.

<https://www.tvyvideo.com/200308293517/articulos/tecnologia/la-televisi-su-evoluciecnola-homenaje-a-los-pioneros.html>

AFP. (n.d.). AFP en fechas. <https://www.afp.com/es/la-agencia/afp-en-fechas>

International Telecommunication Union. (2019). Televisión por satélite: Transmisión global de noticias.

https://www.itu.int/en/itu-news/Documents/2019/2019-02/2019_ITUNews02-es.pdf

AE-IC. (2008). El primer periódico en línea: San Jose Mercury News. [https://ae-](https://ae-ic.org/santiago2008/Congreso08/Actas/contents/pdf/comunicaciones/335.pdf)

[ic.org/santiago2008/Congreso08/Actas/contents/pdf/comunicaciones/335.pdf](https://ae-ic.org/santiago2008/Congreso08/Actas/contents/pdf/comunicaciones/335.pdf)

Briggs, M. (2011). Journalism next: A practical guide to digital reporting and publishing (2nd ed.). CQ Press.

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=AKo_DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA21&dq=C+reacion+del+periodico+Huffington+Post+&ots=efkM4jkDqg&sig=6YKt1z06R9CNml6cxqBGipDGs30#v=onepage&q&f=false

Revista CCIInformación. (n.d.). Twitter como medio informativo.

<https://www.revistaccinformacion.net/index.php/rcci/article/view/136>

Universidad de Sevilla. (n.d.). WikiLeaks: Documentos clasificados a nivel internacional.

<https://idus.us.es/handle/11441/23788>

Archivo Libre. (n.d.). Noticias falsas y la influencia de las redes sociales en la elección presidencial de

EE.UU. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/99663536/4564456552454-libre.pdf?1678447077=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_primera_fake_news_de_la_historia.pdf&Expires=1718072861&Signature=K9ND8AoGsjd4jKEvhriTAUWHCUqwa-ef91ZCy1SAz0eJZH7VAc8I~8bpdcmJt~FFlwrkKRmgxAG2JNSadFwFt3aeefbJu-USIX5XCDYE8-mmsDM74eypgRRS7ojT8WGUm1ocQvPGujrZ9BR86JnsJDoev8TrPEvnH9yizlpsH4sOmP9jQ0xXxEXMAi2ON7b8H~-HENyK0UHofQRzIWIfJKLBSUV8xTqbLuy3i2H84ZP-3x5mKoqhIFPjyS8TsjflqReuBcsFWclcVyh6JToCHu~-NrwfH35LL~whApiN0cAKBwqDvzm49OPYRsi76uwRbWsxkH3FvXIWt5fUhHbVA_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Universidad Santo Tomás. (2017). Nacimiento del periodismo cultural en Colombia.

<https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/campos/article/view/2706>

Redalyc. (n.d.). Periódicos colombianos. <https://www.redalyc.org/pdf/649/64901205.pdf>