



Periodismo cultural

**Margarita Garbisu Buesa
e Ignacio Blanco Alfonso (Coords.)**

Centro de Estudios Financieros

414 páginas

2019

ISBN: 978-84-454-3846-6

34,84 €

La elaboración y publicación de un libro sobre periodismo cultural se enfrenta a dos grandes retos: el de capturar la siempre cambiante tarea periodística y el de delimitar el difícilmente abarcable concepto de «cultura». El primero, por ser una actividad, la periodística, que se ha visto sacudida por la inmensa influencia del mundo digital y de la participación ciudadana; y el segundo, por el extenso y heterogéneo campo que pretende cubrir el término «cultura». Tal vez conscientes de tamaño desafío, el primer párrafo del prólogo del libro coordinado por Margarita Garbisu Buesa e Ignacio Blanco Alfonso nos advierte de que «el periodismo cultural tiene que ser, por encima de cualquier otra consideración, periodismo; y que el periodista cultural tiene que ser, antes de nada, periodista». Periodista contra viento y marea, en este libro se invita al lector a aplicar la óptica crítica del periodismo al objeto de interés público que representa la cultura.

En este sentido, en la obra editada por el Centro de Estudios Financieros se demuestra que el periodismo se ramifica en distintos periodismos: científico, económico, cultural, etc., de la misma manera que la cultura se ramifica en diversas culturas. Es por ello que *Periodismo cultural* aparece estructurado en dos bloques: el primero pretende dar cuenta de las principales características de esa rama del periodismo que es el periodismo cultural; incluye los capítulos 1 a 4 y se titula «Géneros y canales del periodismo cultural», pues se aproxima a esta rama de acuerdo a su canal de transmisión: texto escrito, audiovisual o digital, y según los géneros que lo protagonizan, como la entrevista o la crónica, para las que se reserva el capítulo 4. En el segundo bloque, llamado «Áreas informativas del periodismo cultural», encontramos el resto de capítulos, del 5 al 11, organizados en torno a las secciones tradicionales de la cultura, que coinciden con las denominadas siete artes: artes plásticas y escénicas, literatura, música y cine. A estas se añade un aspecto cultural cada vez más relevante en nuestras sociedades: los viajes. Fuera quedan otras categorías de creciente interés y difusión en los medios de comunicación, como pueden ser la moda, los videojuegos o la televisión. El espacio obliga a elegir y, en este sentido, el libro apuesta por el tratamiento de las áreas más tradicionales.

La miscelánea de capítulos que vertebran *Periodismo cultural* no impide que se haya podido imprimir un carácter ciertamente homogéneo a la obra. A ello contribuye la doble aspiración teórica y práctica del libro, que pretende servir como un manual de procedimientos para el estudiante de Periodismo al tiempo que no rehuye meditar sobre el estado actual de la disciplina. Capítulos como el 4 o el 8 ilustran ese carácter aplicado.

El capítulo 4, titulado «La entrevista y la crónica culturales. Buenas historias, bien contadas», pretende ser una guía para construir entrevistas y crónicas. El capítulo 8, «Periodismo y crítica de cine», explica qué conocimientos y prácticas debe adquirir el aprendiz para convertirse en un periodista cinematográfico. Además, los capítulos 1, 2 y 3 («Cultura y periodismo escrito», «Cultura y periodismo audiovisual» y «Comunicación cultural en internet», respectivamente) ofrecen un amplio panorama de espacios culturales concernientes a los tres canales que abarcan: revistas, medios audiovisuales (radio y televisión) y digitales. Por otro lado, todos los capítulos del segundo bloque cuentan con un valioso apartado de fuentes y recursos donde se ofrecen enlaces a revistas, premios, festivales o instituciones relacionadas con el área cultural a la que alude cada capítulo.

No obstante, los autores de este libro no se limitan a componer un manual de instrucciones o un compendio de fuentes del que rescatar recursos, sino que sobre todo invitan a sus lectores a reflexionar junto a ellos sobre la situación actual del periodismo. Así, en sus páginas se producen especulaciones sobre conceptos en boga, como el de «posverdad» o el de «periodismo ciudadano», que estimulan en los autores diversos grados de alarmismo. Pero también encontramos debates que interpelan específicamente a la rama del periodismo cultural: como el papel de la cultura en nuestra sociedad (en el ya citado capítulo 1); las tensiones entre el valor de la imagen y el de la palabra (capítulo 11, «Fotoperiodismo y arte»); entre la cotidianeidad y la alteridad necesarias en el profesional (capítulo 10, «Periodismo de viajes»); entre la figura del crítico y la del periodista cultural (capítulos 7 y 9, «Periodismo y crítica de arte» y «Periodismo musical», respectivamente); entre el rigor informativo y la fantasía en la elaboración de textos (capítulo 5, «Periodismo y literatura»); o, finalmente, entre la labor del periodista y los intereses de los medios y del sector empresarial (capítulo 8, «Periodismo y crítica de cine»).

En medio de todas estas tensiones, el lector que quiera comprender qué es y cómo se hace el periodismo cultural encontrará lo que en el capítulo 3 se denomina «usabilidad», término que tomamos prestado para definir lo que supone este libro; esto es, la calidad del contenido sin renunciar a la captación del usuario —el lector, en este caso—, teniendo en cuenta sus objetivos. Si la finalidad del lector es acercarse al perfil del periodista cultural o incluso convertirse en uno, en esta obra se apuesta por trazar el contorno de un profesional dedicado a una actividad social, comprometido con el código deontológico, dispuesto a comprender el mundo y su complejidad, e impulsado por su deber con el interés público, en oposición a las más que probables seducciones corporativistas. Toda una advertencia para los futuros profesionales frente a los cantos de sirena empresariales.

Se trata, en definitiva, de un libro bien articulado, que trata un campo escasamente explorado en España, que no pierde de vista su objetivo de ofrecer conocimientos teóricos y prácticos para futuros profesionales y que, en tiempos de dudas sobre el sometimiento del periodismo a intereses políticos y económicos, en temporada de *fake news* y de *banners*, consigue ver la profesión desde una perspectiva humanizadora.

Carolina Arrieta Castillo

Profesora doctora de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad a Distancia de Madrid, UDIMA



Este máster oficial [60 créditos ECTS] tiene una duración normal de 12 meses.

Dirigido a: Titulados universitarios de las distintas ramas del conocimiento que deseen especializarse en el correcto desempeño de las funciones de un experto en tecnología educativa. No exige experiencia previa en el ámbito educativo. Especialmente dirigido a titulados en Magisterio, Pedagogía y Educación Social.

Aquellas personas interesadas que no provengan de las titulaciones anteriormente citadas deberán realizar unos complementos formativos.

Objetivos: Capacitar a profesores, investigadores y educadores en el conocimiento y empleo de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, así como de los modelos formativos e-learning y b-learning, en beneficio de las acciones formativas en los nuevos contextos educativos. También profundiza en el conocimiento de las posibilidades que ofrecen las tecnologías actuales y emergentes para encontrar nuevas formas de obtención y manejo de información en ámbitos educativos.

Inicio en **octubre** y **febrero** de cada año

www.udima.es | 918 561 699