

El periodismo cultural

*Francisco Pastoriza
Rodríguez
Editorial Síntesis. Colección
Periodismo Especializado,
Madrid, 2006*

El hecho informativo es la base sobre la cual construir la noticia. La múltiple variedad de los géneros periodísticos generan una actividad cotidiana que es susceptible de adaptar a múltiples discursos: narrativos, visuales, simbólicos. El ruido provocado por esta cascada de información es ensordecedor. A las redacciones llegan faxes, correos electrónicos, notas de agencia... Sobre todo eso se construye la realidad relatada y contada, que luego leemos en periódicos o revistas, oímos mientras vamos en nuestro coche en la radio, nos llega por e-mail o Internet, o nos acompaña mientras cenamos viendo la

televisión. Tamizada, triturada, masticada y digerida, cruda o cocinada por el conveniente paseo de la misma, en las trastiendas de los intereses de grupos, de redes de influencias, o bien por qué no decirlo, de intenciones empresariales que viven del negocio mediático.

Y en todo este panorama abigarrado se inserta la cultura como información periodística. Desde los albores del periodismo, la información cultural constituyó parte esencial de lo fijado por los primeros folletines, boletines y gacetas. Era la cultura, o parte de la misma como la literatura o el arte, la que constituía la principal información, yendo además muy de la mano de la información política o sobre hechos sociales.

El advenimiento de la sociedad moderna en la era industrial, originó la especialización del periodismo. Primero en los géneros escritos, más tarde y conforme fue consolidándose el progreso técnico en los medios radiodifundidos. La cultura y todas sus manifestaciones se fue conformando como un espacio informativo autónomo. No ausente de las tendencias o intenciones de las líneas editoriales, pero cubriendo una parcela de actualidad que era requerida por un público cada vez más numeroso. Al cual, al mismo tiempo, se le creaba una ne-

cesidad nueva a través de unos vehículos de transmisión más cercanos, más al alcance de todos.

Un proceso de vulgarización que si por un lado servía para un mayor acercamiento al gran público, por otro estandarizaba los modelos, imponía cánones y señalaba pautas y tendencias.

En nuestro país, este proceso no ha estado en modo alguno alejado de lo acontecido y visto en otras partes del mundo moderno. Con las particularidades propias de nuestro propio devenir intelectual, la cultura ha estado presente como hecho informativo, ocupando un lugar propio en los medios de comunicación españoles desde los inicios del periodismo moderno.

La necesidad de marcar los parámetros desde los cuales la información cultural es tratada por los profesionales y la definición de la misma, en función de los géneros y asimismo, de las fuentes, de los medios donde ésta se ofrece al público es el objetivo de la obra de Francisco Rodríguez Pastoriza, Profesor de Comunicación e Información Audiovisual en la Universidad Complutense de Madrid, quien además es periodista del Área de Cultura de Televisión Española.

El autor partiendo de un análisis inicial desde los orígenes históricos, define el marco conceptual que ocu-

pa en la teoría de la información el hecho cultural. Elaborado este planteamiento inicial, se dirige a analizar la aplicación de la ciencia periodística, con sus múltiples posibilidades narrativas, a los diferentes géneros. Aportando ejemplos, señalando las características de los mismos y apuntando preferencias en la aplicación de uno u otro según sea el tipo de información a ofrecer. Un análisis que se amplía al reflejo en los distintos medios informativos del hecho cultural. Sin detenerse demasiado en aplicar un criterio en exceso crítico, sino meramente narrativo de los principales hitos de la información cultural en el mundo y en España. Desde ese punto de vista, el libro es útil como referencia para iniciar al neófito o al estudiante en el hecho del periodismo cultural.

Y lo es sobre todo porque introduce igualmente, unos criterios de valoración de la información cultural, atendiendo a sus contenidos y la forma en la que ésta se expone en los diferentes medios. Lo que resulta particularmente útil a la hora de objetivizar la información, en cuanto a la oportunidad de la misma, la novedad, el aliciente, la cercanía, la implicación afectiva o intelectual del acontecimiento reflejado.

No obstante y dado que el tema puede originar más reflexión, se echa en falta

pues, un posicionamiento crítico con respecto a la efectividad, o el papel de esta información en el contexto global del periodismo moderno.

Igualmente, en la obra se echa de menos el apartado dedicado a la difusión cultural a través de las nuevas tecnologías de la información con lo que supone Internet y las múltiples facetas de expresión que este vehículo de transmisión abre a la información cultural. Quizás lo nuevo y reciente de este fenómeno haga necesario un análisis posterior.

Tampoco es a nuestro juicio la finalidad de la obra presentada, ceñirse a aspectos críticos. Este asunto puede quedar aparcado para una posterior y más profunda reflexión. Porque puede igualmente ocurrir, que en el panorama que a veces ofrecen los medios de comunicación generalistas, la información cultural vaya perdiendo espacio, hasta quedar inmersa en las secciones de espectáculos o modas, siendo muy pesimistas. Siendo en cambio optimistas y si nos atenemos a la proliferación de publicaciones de corte cultural que estamos viviendo, puede que la cultura encuentre sus propias formas de difusión alejadas del marco tradicional de páginas o espacios reservados en las radios o las televisiones. Aunque no es del todo descabellado mantener la

alerta y cierta reserva de cara al futuro, si vemos lo que está ocurriendo ya en determinadas cadenas de televisión con este mundo informativo, donde lo cultural ha desaparecido en la práctica de las parrillas de programación. Sin duda una piedra de toque, un aviso que nos sirve para ilustrar este temor que aquí exponemos. Ojalá nos equivoquemos.