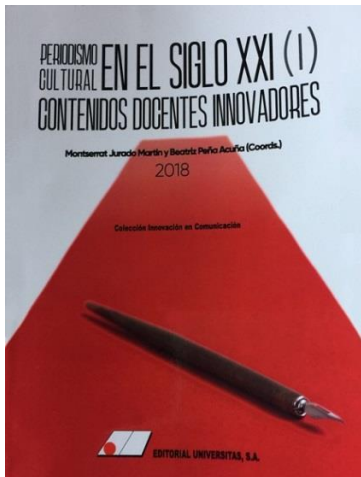


## Reseña



### **Periodismo cultural en el siglo XXI. Contenidos docentes innovadores.**

**Jurado Martín, M. y Peña Acuña, B. (coords.)**  
Madrid: Editorial Universitas, S. A., 2018, 346 pp.

**Por: Arteseros Valenzuela, J.<sup>1</sup>**

Recibido: 05-04-2019 – Aceptado: 20-08-2019  
<https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-R1>

### **El resurgir del contenido cultural**

Esta publicación cabalga en un intento valiente de aunar las propuestas derivadas de resultados de investigación y directrices para los futuros profesionales del periodismo que tengan por objeto especializarse en el ámbito del contenido cultural. Sus coordinadoras, Montserrat Jurado Martín y Beatriz Peña Acuña, son veteranas en el periodismo cultural y la especialización periodística, respectivamente.

El libro, tal y como manifiestan sus promotoras, surge en un contexto en el que las audiencias exigen contenidos cuidados y bien elaborados, a la par que acortan el tiempo de dedicación a la lectura o seguimiento de la actualidad en profundidad. El siglo XXI describe una sociedad exigente lo que está obligando al periodismo a transformar no sólo la forma de llegar a su público, sino también a cambiar los contenidos de sus mensajes.

*Periodismo cultural en el siglo XXI* tiene por objeto proponer estrategias para satisfacer estas necesidades, “buscando la especialización en la especialización” (pp. 13). El perfil de los lectores ha cambiado y los medios han logrado grandes hitos en la forma de presentarlos, pero todavía queda camino en lo relativo al contenido, sobre todo en lo que tiene que ver con el ámbito cultural, todavía en proceso de cambio.

La publicación se estructura en cuatro bloques que descritos en orden son los que siguen:

1. *Periodismo cultural para el siglo XXI*, título del primer capítulo, retoma referencias, autores y propuestas clásicas para enlazarlas con las nuevas tendencias, todo desde el ámbito más genérico del periodismo cultural. En este bloque colaboran Xosé López y Ana Isabel Rodríguez Vázquez con el texto titulado *Información cultural en los cibermedios: entre la continuidad y la reinención*; Gloria Gómez-Escalonilla con la colaboración *Periodismo cultural: un sector en busca de su espacio*; y Carlos H. Lozano Ascencio con *Periodismo cultural: los deslindes abiertos de una especialidad*.
2. *Contenidos docentes: Temas y géneros en Periodismo Cultural para las nuevas audiencias* se sumerge de lleno en los contenidos del ámbito cultural iniciándose con la revisión de géneros periodísticos de la mano de Francisco Rodríguez Pastoriza y el texto *Los géneros*

---

<sup>1</sup> **Javier Arteseros Valenzuela** es Doctorando en Industrias de la Comunicación y Culturales por la Universitat Politècnica de València. [jaarva@alumni.upv.es](mailto:jaarva@alumni.upv.es), <http://orcid.org/0000-0002-4956-7636>

*informativos en el nuevo Periodismo Cultural*; le siguen los capítulos de Montserrat Jurado Martín y *Más allá de la alfombra roja. Propuesta para la cobertura de festivales de cine*; Rosa María Arráez Betancort, Elvira Jensen Casado y Carolina Pascual Pérez y *Periodismo cultural y microrrelato en la crisis posmoderna*; Alexandra María Sandulescu Budea y *Fundamentos básicos del periodismo musical en España*; Alexandra María Sandulescu Budea y *El viaje como tema y como recurso en los géneros del periodismo cultural*; Yanet Acosta y *La especialización gastronómica*; y Rainer Rubira García, Roberto Gelado Marcos y Belén Puebla Martínez con *La crítica cinematográfica una aproximación histórico-crítica desde el campo del periodismo cultural*.

3. *Estrategias docentes en Periodismo Cultural adaptadas al entorno digital* sigue en la línea de las nuevas tendencias del periodismo cultural, pero en esta ocasión combinando propuestas de contenido y de forma en la que son presentadas al público. En este bloque colaboran Begoña Ivars Nicolás y Francisco Emilio Martínez Cano con *Captar audiencias con formatos inmersivos: el vídeo 360° en la sección cultura*; Lidia Jiménez Rodríguez y María Solano Altaba con *Un nuevo lenguaje para una nueva audiencia: la experiencia de la enseñanza del periodismo cultural en un entorno digital*; Camila Pérez Lagos con *Las nuevas competencias digitales para la promoción de espectáculos teatrales*; Fabiano Maggioni y Francys Albrecht con *Posibilidades del humor gráfico en el periodismo cultural El caso del periodismo brasileño*; y Elena Hita Piera con *llama Innovación frente a la desaparición: nuevos modelos periodísticos de las revistas de poesía españolas*.
4. *Innovative teaching contents and emerging themes, around the world* ofrece el enfoque anglosajón de las iniciativas especializadas en cultura. Este bloque lo integran los textos de Olga Kolokytha y *Cultural journalism as field and practice. An academic and cultural management perspective*; Henrique Rochelle y *Dance criticism today: the challenges of New Media*; y Maarit Jaakkola y *Circuit training in the writing of art reviews: Discovering the built environment in iterative approaches*.

Si este libro tiene aportación añadida, como un diamante en bruto, son las propuestas didácticas que se ofrecen al final de cada uno de sus capítulos. Se describen prácticamente camuflando un manual actualizado y necesario del periodismo cultural en un contexto académico que penaliza este tipo de formato en detrimento de los libros resultado de investigaciones, los de divulgación científica y los artículos de investigación publicados en revistas. Casi resulta tabú hablar de manuales para los estudiantes cuando un equipo, como el que aquí se presenta, de 28 expertos en sus áreas, se arriesga con esta publicación que da pasos de gigante en la formación de futuros expertos en contenidos culturales desde el ámbito periodístico.

Desde su prologuista, Francisco Rodríguez Pastoriza, a quién podríamos considerar padre del periodismo cultural en España, hasta el último de sus autores, aúnan sus fuerzas apostando por un periodismo que no ha perdido atractivo para el público, pero que los propios medios sitúan a la cola en el proceso de modernización. Tendremos que cambiarle el nombre para que se haga escuchar, tal y como han hecho otras temáticas, y darle lustre, pasando de enmarcarlo en lo formativo a lo comercial y de lo cultural a lo industrial: las industrias culturales.

Este libro es una iniciativa que no sólo resulta de interés para el futuro profesional especializado en periodismo, sino para todo el sector y cualquier persona con inquietud, ya que en definitiva supone una propuesta de la tendencia de futuro del contenido cultural en los medios de comunicación, una apuesta de esta especialización por la especialización, es decir, por las microculturas.

Esperamos que las coordinadoras no tarden en cumplir con la promesa de publicar una segunda parte.