

Periodismo, comunicación y cultura: tres lados de la misma página. Una experiencia de investigación

Moraima Guanipa
moraamo@cantv.net

Resumen

Nunca como en nuestro tiempo los términos periodismo, cultura y comunicación habían tenido mayor proyección y presencia en el quehacer humano. Estos tres campos han encontrado un impulso exponencial al calor de los procesos globalizadores y la explosión de las telecomunicaciones, con Internet a la cabeza. Nuestra línea de investigación atiende a un trabajo teórico sobre el periodismo cultural, ubicado más allá del redil propiamente informativo y especializado en el que tradicionalmente se le ha colocado, para abordarlo en el contexto de los procesos comunicacionales de carácter masivo-industrial y en la conformación de mapas culturales propios de la sociedad contemporánea. Desde una perspectiva interdisciplinaria que teóricamente tiene como referentes clave los trabajos de Martín-Barbero, García Canclini, Bourdieu, nuestra investigación se ha orientado a estudiar las dinámicas informativas y comunicacionales y sus campos culturales contemporáneos específicamente en cuanto lo culto, lo masivo y lo popular, así como la importancia de la mediación de los medios para la difusión de la cultura. De igual forma se ha atendido las nuevas agendas para la cultura del presente y los retos que tanto el multiculturalismo como la globalización suponen para el periodismo cultural. Los alcances de este trabajo se vienen expresando en la apertura de espacios de reflexión e investigación mediante el diseño de programas y cursos en pre y postgrado, así como en la dirección de trabajos de licenciatura centrados en la temática antes referida y en la presentación de avances y ponencias. La presente ponencia da cuenta de la actividad investigativa y la experiencia que hemos venido realizando en este ámbito.

Palabras clave: Cultura, comunicación, periodismo, globalización, multiculturalismo

“Una misión fundamental del periodismo cultural es percibir los cambios culturales que se dan en la sociedad”.

Germán Rey

Introducción

¿De qué manera se inserta una práctica periodística especializada como la Información Cultural en la complejidad de los nuevos mapas culturales del presente? Una respuesta tentativa provendría, precisamente, del hecho de que son las llamadas industrias culturales, entre las cuales figura la prensa¹, los espacios donde cultura y comunicación confluyen y se potencian. Ambos términos mantienen una dependencia mutua que se acrecienta en el seno de las industrias culturales y a pesar de la diversidad de sus dinámicas y expresiones, viven “una expansión llena de sinergias” que alcanzan incluso a las expresiones tenidas por elitescas y clásicas como las artes plásticas, los museos, los espectáculos de música académica, “cuya difusión hoy, incluso sin caer en la obsesión de las máximas audiencias, depende en buena medida de los medios de comunicación” (Bustamante, 2006).

De allí que el estudio de la información periodística sobre cultura, característica y función básica del periodismo cultural, necesariamente debamos ubicarlo en un contexto donde estos tres términos: cultura, comunicación y periodismo asoman como una suerte de página de tres lados, una página doblada sobre sí misma para configurar un triángulo, frágil e inasible, que los contiene al mismo tiempo.

¹ Hacemos nuestro el término de industria cultural aportada por Garretón (2003), cuando lo define como “todo el sector de bienes y servicios culturales que son producidos, reproducidos, conservados o difundidos en serie y aplicando una estrategia de tipo económico” (p. 170). Entre los campos de la industria cultural estarían: libros, editoriales, prensa escrita, discos, TV, radio, cine, video y nuevos productos audiovisuales, fotografía, reproducciones artísticas, artesanías en serie, espectáculos, publicidad. También y en un sentido amplio, el turismo, el patrimonio y los museos, dado el carácter masivo que adquieren en los tiempos recientes.

En las próximas líneas daremos cuenta de la experiencia de investigación que hemos llevado a cabo desde casi un lustro, en el Departamento de Periodismo de la Escuela de Comunicación Social de la UCV alrededor de este tema. Nos detendremos en algunos aspectos teóricos que sustentan el desarrollo de nuestro trabajo para pasar luego a sintetizar la experiencia de investigación que venimos realizando, así como expondremos una breve reseña de sus resultados y compartiremos algunas ideas respecto a los retos que se imponen para esta práctica periodística y las actividades futuras que esperamos desarrollar en esta línea.

Informar sobre la comunicación y la cultura

Una de las ideas que ha orientado tanto nuestro quehacer investigativo como la práctica docente en el ámbito de la información cultural parte de la premisa de abordarla en el contexto de la complejidad social del presente y en un marco teórico que necesariamente la exprese. De allí que el tratamiento periodístico de la cultura, esa práctica especializada conocida como Información Cultural, suponga de entrada una aproximación a los ámbitos donde la “dificultad epistemológica” (Ford, 2002) atraviesa tres esferas del espacio simbólico de nuestro tiempo: comunicación, cultura e información. A ello cabría sumar que la diversidad de conceptos y definiciones prácticamente agota e impide una puesta en común de estos saberes.

Como bien señala Xosé López (2004: 378): “Comunicación, información y cultura son conceptos que, en la sociedad actual se caracterizan por su transversalidad”. Otro tanto señala Ford (2002) al referirse a esta transversalidad que se impone para tres términos que caracterizan los problemas críticos de nuestra época, “y en la cual tanto la asimétrica interdependencia sociocultural como las nuevas tecnologías han

aumentado notablemente la masa simbólica en la constitución de lo social” (Ford, 2002: 74).

Nuestro trabajo de investigación y docencia sobre la información cultural busca poner de relieve en el plano teórico la necesidad de abordar periodísticamente la comunicación y la cultura en una relación estructural que los implica mutuamente (Pasquali, 1980; López Veneroni, 1989; Bustamante, 2006).

De esta manera nos colocamos a contracorriente de las tendencias que tanto en el plano de las políticas públicas como al interior de las industrias culturales enfatizan en el distanciamiento entre ambas prácticas sociales. Para autores como el catedrático español Enrique Bustamante (2006) el carácter difuso y polisémico de estos términos ha propiciado este divorcio, “especialmente cuando los intereses políticos o económicos aconsejaban su separación y aislamiento tajantes”. Y ello pese a que la comunicación es un “sector protagónico” de la cultura (García Canclini, 2007: 12) y “las interrelaciones entre cultura y comunicación masivas, no han cesado de crecer y estrecharse por la vía de la hegemonía alcanzada por las Industrias Culturales, y de la publicidad y los medios de comunicación en su seno” (Bustamante, 2006). Estamos frente “dos conceptos centrales en el tránsito del siglo XX al siglo XXI”, como resume el investigador mexicano Jesús Galindo (2009).

Entendemos la información cultural² como algo más que una práctica periodística centrada en la difusión de informaciones y opiniones sobre distintos ámbitos de la cultura, puesto que para nosotros forma parte, en tanto dinámica de producción informativa inserta en los medios de difusión colectiva, del caudal de las experiencias simbólicas del presente social.

² Cabe aclarar que no estamos haciendo equivalente el término información con la práctica especializada conocida como información cultural. En nuestra opinión, y siguiendo en ello a Pasquali (1980a, 1980b, 2005), no se puede confundir comunicación con información ni estos términos con las prácticas sociales de los medios de difusión. Sobre este punto abunda una bibliografía que va de la filosofía a la sociología de la comunicación (Pasquali 1980; López Veneroni, 1989; Bisbal, 2001).

La tarea del periodismo cultural se orientaría a integrar en sus agendas cultura y comunicación, y esta última no sólo en su derivación mediática -más cuando en estos tiempos ésta es su expresión hegemónica y cotidiana (Bisbal, 1999, 2001; Martín-Barbero, 1991,1993, 2004)- sino también en su derivación urbana.

Esta perspectiva supone la comprensión de los fenómenos socioculturales que en nuestros países adquieren una marcada hibridez (García Canclini, 1990), sino también dinámicas pautadas por los procesos de complejidad cultural en los que la cultura deja la cómoda y tradicional visión restringida a la literatura y las bellas artes para expandirse en los procesos de hibridación, de masificación, que marcaron la entronización de lo masivo-popular por los medios de comunicación y sus productos culturales (Martín-Barbero, 1993; García Canclini, 1990, 1999).

Cabe tener presente que el periodismo cultural a lo largo de su desarrollo histórico durante el siglo XX, se ajustó a dos concepciones básicas de la cultura: por una parte, la visión ilustrada que restringía el campo a las producciones selectivas de las "bellas letras" y las "bellas artes" y cuyas dinámicas coparon las agendas culturales hasta bien entrada la segunda mitad del siglo XX. Pero por otra parte, a partir de la expansión de las perspectivas de la antropología cultural –de la cual proviene acaso la más fértil y en ocasiones trillada acepción de cultura, como todo aquello que produce el ser humano- la ampliaba hasta convertirla en una muestra más abarcante e integradora (Rivera, 1995).

Estas concepciones de cultura tienen su correlato en las prácticas culturales y simbólicas que Pierre Bourdieu (1999) definió como los campos de producción cultural. El sociólogo francés caracterizó el mercado de bienes simbólicos de nuestro tiempo marcado por dos campos disyuntivos: 1) El campo de producción restringida, poseedor de gran capital cultural-simbólico con alto grado de autonomía y relativamente

pobre en capital económico. 2) El campo de producción amplio o de la gran producción: sus producciones son puestas en circulación en circuitos cada vez más amplios, masificados y bajo lógicas de producción mercantiles, como serían las industrias culturales y más específicamente, los medios de comunicación. En palabras de María Villa: "la teoría de Bourdieu, nos aporta teórica y metodológicamente elementos para el estudio y el rastreo de la producción, circulación y consumo del periodismo cultural, y a través de él los productos de la cultura que 'incluye' o 'excluye'" (Villa, 2000).

En este contexto ¿qué papel le corresponde jugar a la información cultural? ¿No debería apostar por el abordaje informativo de la comunicación y la cultura, habida cuenta de estos procesos en los que la cultura letrada y el proyecto de la ilustración, de la modernidad, entran en crisis (Bisbal, 2001)? Esto obliga a un esfuerzo de comprensión y no sólo de divulgación de las agendas y reseñas informativas. A la información cultural, en una perspectiva crítica pero igualmente necesaria, también le correspondería hablar sobre lo que hacen los medios y, más todavía, sobre cómo sus mensajes llegan a la gente y que hace la gente con estos mensajes, es decir, los procesos de mediación (Martín-Barbero 1993).

Como se dijo páginas atrás, la cultura mediática separa cada vez más los ámbitos de la cultura y los de la comunicación al instrumentalizarlos en función de intereses económicos y mercantiles. La comunicación, en sus expresiones más contemporáneas como la explosión de los cibermedios y las telecomunicaciones, encuentra poca cabida en el análisis cultural del cual se hace eco la información cultural. Y cuando es abordada se hace con una concepción que vuelve homologables la cultura con el espectáculo. Cuando se informa sobre los medios de comunicación, en tanto industria, se hace desde las referencias personales (vida de actores y producciones) y desde la reseña de lo sucedido o por suceder. El periodista Germán Rey (2007) califica este proceso como de industrialización de la cultura, donde

la información cultural adquiere el modo de “las narrativas del entretenimiento” (p. 324).

Son diversos los autores (Sodré, 1998; Ford, 2002; López, 2004; Martín-Barbero, 2007; Rey, 2007) que coinciden en alertar sobre los peligros que supone esta creciente mercantilización del espacio simbólico y su impacto en la cultura, la comunicación y, añadiríamos nosotros, por consiguiente en la información cultural. Tal situación se acentúa en los inicios de esta centuria, con la mundialización que provoca la irrupción de Internet en la vida contemporánea.

Abordar la información cultural en tiempos de globalización mediática supone tener presente lo planteado por José Joaquín Brünner (1999) cuando señala que la internacionalización, vía medios de comunicación, de las comunidades intelectuales, el comercio y el turismo le dan un carácter pluralista, híbrido, a la posmodernidad. ¿De qué manera están presentes estos temas como nuevas agendas en la información cultural? ¿Qué tipo de abordajes críticos se realizan desde las páginas culturales de nuestros medios? ¿Cómo mantener una cobertura periodística, predominantemente informativa, anclada sólo en las agendas de las bellas artes y las humanidades, cuando, como advierte Brünner, “lo que se impone en el mundo no es la alta cultura de la modernidad, sino la industria de la cultura popular [mediática]. No es Kant sino Madona (sic)” (p. 173)? ¿Cómo encarar los retos de la interpretación y la especialización en tiempos cuando también los medios han cedido terreno a la espectacularización, a la banalización, la pérdida de espacios y la segmentación mercantilista de los públicos?

Ciertamente, se trata de apostar por “un periodismo de calidad en un mundo complejo y convergente donde la interculturalidad como pauta se configura como una necesidad creciente” (Israel Garzón, 2002). En eso

andamos por las rutas de la investigación y la docencia, en los pliegues de esa misma página que reúne la comunicación, la cultura y el periodismo.

Una línea de trabajo, una experiencia

La plataforma teórica que hemos expuesto resumidamente en páginas anteriores, sirve de marco conceptual sobre el cual se sustenta el trabajo de investigación que de seguidas pasamos a reseñar.

Al referirnos al trayecto seguido en nuestro trabajo de investigación cabría indicar que el mismo se inscribe dentro de la línea Comunicación e información cultural, en la que trabajamos desde hace un lustro en el seno del Departamento de Periodismo de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (UCV). Respondió a una iniciativa de carácter académico basada tanto en nuestra experiencia profesional y de especialización en el área, como en la necesidad de abrir un cauce de investigación y docencia en un campo poco sistematizado en el ámbito académico venezolano. Como antecedente, cabe destacar la auspiciosa aunque breve experiencia de la Especialización en Información Cultural, en los Postgrados de la Facultad de Humanidades y Educación de la UCV en la década de los 80 del siglo pasado.

Inicialmente nuestra tarea de investigación estuvo centrada en la reflexión teórica e historiográfica sobre la presencia del periodismo cultural en la prensa venezolana, sus géneros y expresiones tanto informativas como de opinión, sus relaciones con lo literario y la crítica, así como las dinámicas de producción informativa que lo caracterizan. No obstante, las propias actividades docentes e investigativas nos llevaron en años recientes hacia una más profunda problematización de estos enfoques, para derivar en los territorios teóricos de la comunicación y la cultura e incluso, aspectos más particulares, como el papel de la crítica de arte y su relación con la prensa escrita –a través del periodismo cultural- en tanto

instancia canonizadora de estos discursos. De allí que podríamos hablar de Comunicación e Información Cultural como un eje de interés que a lo largo del tiempo se ha diversificado en derivaciones temáticas más concretas como serían: información cultural; comunicación y cultura; cibercultura, así como crítica de arte, prensa y canon. En cada uno de estos cauces hemos aportado un trabajo teórico que ha estado acompañado por la actualización bibliográfica y en fuentes electrónicas, con la consiguiente difusión de resultados, así como en el diseño de cursos.

Los trabajos producidos han sido presentados en revistas arbitradas e indizadas nacionales e internacionales, donde hemos dejado constancia y registro del resultado de investigaciones en ámbitos como la espectacularización de la información cultural y su tratamiento en las páginas de diarios nacionales; el abordaje informativo sobre temas emergentes en la agenda de las secciones culturales como el patrimonio; el papel canonizador que el periodismo cultural contribuye a dotar a la crítica de arte.

Desde el punto de vista metodológico, nuestras indagaciones se inscriben en una perspectiva cualitativa que supone a su vez la apertura hacia procesos insertos en una plataforma heurística, que reivindica el análisis y la mirada deconstructivista, de filiación hermenéutica. Transitamos tal perspectiva metódica convencidos de que, como bien señaló Edward Said, "es la marca del academicismo, de la lectura y de la interpretación la que es capaz de desentrañar lo habitual de lo inusual y lo ordinario de lo extraordinario" (Said, 2006: 65).

Estos procesos de investigación han alimentado nuestra actividad docente en la organización de cursos en pre y postgrado sobre los ejes temáticos ya referidos. Para ello adelantamos un arqueo y actualización bibliográfica que nos ha resultado clave tanto para la realización de nuestras indagaciones teóricas como para la enseñanza del periodismo cultural entre nuestros estudiantes.

En el nivel de postgrado la actividad ha incluido el diseño y dictado de asignaturas electivas para la Maestría en Comunicación Social de la UCV. La primera de estas materias ofrecidas fue Información Cultural, dictada bajo la modalidad tutorial, así como el curso de Comunicación y Cultura, que si bien se inscribe dentro de la oferta de electivas de la Maestría en Comunicación Social, por el carácter interdisciplinario de sus contenidos ha sido cursada por estudiantes de las distintos postgrados de la Facultad de Humanidades y Educación (FHE) de la UCV. Igualmente, hemos diseñado los contenidos de la asignatura Periodismo e Información Cultural, que forma parte de la oferta académica de la Maestría en Gestión y Políticas Culturales, de próxima apertura en el presente año, como nuevo postgrado de la FHE, aprobado ante el Consejo Universitario y presentado ante la OPSU para su acreditación.

De igual forma, las tareas de investigación han servido de base para el diseño y la realización del Taller Periodismo y Cultura del Programa de Estudios Avanzados en Periodismo, de los Postgrados en Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello en convenio con el diario *El Nacional*. En el pregrado, a partir del año 2004 ofrecemos Información Cultural como parte de la oferta de materias electivas del Departamento de Periodismo.

También han sustentado la realización de actividades de extensión entre las cuales se inscribe la incorporación del tema comunicacional y mediático en el Curso de Extensión "Interpretación y Valoración del patrimonio", de la Coordinación de Extensión de la FHE-UCV.

Dado que una línea de investigación supone la articulación y cruce de actividades diversas que incluyen la formación de estudiantes y de la generación de relevo docente e investigativo, se ha trabajado con estudiantes interesados tanto en el ejercicio profesional del periodismo en el ámbito cultural como en el estudio de los fenómenos culturales del presente. En este sentido, a nivel de pregrado desarrollamos la tutoría de

trabajos de Licenciatura con derivaciones temáticas que incluyen el estudio de los géneros periodísticos presentes en el periodismo cultural, como la reseña y el reportaje; las relaciones entre el periodismo y la literatura a través del análisis de algunas novelas latinoamericanas centradas en el oficio periodístico; la presencia de la crónica en la prensa nacional; la elaboración de perfiles de figuras de las artes venezolanas a través de géneros interpretativos como la semblanza, y el papel de la mujer en el periodismo cultural venezolano de finales del siglo XX, entre otros. Estos trabajos han sido realizados mediante caminos metodológicos diversos, básicamente de carácter cualitativo, que han permitido ofrecer una mirada siempre renovada respecto a estos temas y objetivos de investigación.

Nuestra experiencia nos conduce a pensar que la investigación en ámbitos como la información cultural, la comunicación y la cultura requiere del cruce disciplinario y de proyectos que en la academia y en un plano de formación humanística, y sin darle la espalda a la riqueza epistemológica y metodológica de las Ciencias Sociales, permitan una agenda investigativa para comprender, interpretar y estudiar las repercusiones que en el mundo de la cultura tienen la globalización, los procesos urbanos marcados por la interculturalidad y el auge de Internet.

Tareas y propósitos

Un balance de la experiencia nos lleva a plantearnos trabajar en una nueva etapa, que supone la exploración de posibilidades tanto en el ámbito del financiamiento de proyectos como en la búsqueda de espacios de cooperación con otros investigadores ubicados en líneas afines a la nuestra.

Una línea de investigación –y estos pasos que hemos expuesto apenas son el comienzo de un camino- requiere la suma de compromisos y afectividades, por lo que sabemos la importancia estratégica que cobra una tarea de integración e intercambio con otros investigadores en procura

de la construcción de una comunidad de intereses académicos y de investigación, tanto nacionales como fuera de nuestras fronteras. Nuestra presencia en Invecom apunta en este sentido.

Referencias

- Bisbal, Marcelino (2001): "De cultura, comunicación y consumo cultural. Una misma perspectiva de análisis". En Revista *Zer*, España, N° 10, junio. Disponible en Internet: <http://www.ehu.es/zer/> (Consultado: 13-02-03)
- Bisbal, Marcelino (1999): "Más allá de las industrias culturales o la fascinación por lo massmediático". En: Barrios, Leoncio y otros (1999). *Industria Cultural. De la crisis de la sensibilidad a la seducción massmediática*. Caracas: Litterae Editores. p.p. 55-79.
- Bourdieu, Pierre (1999): *Razones prácticas*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Bourdieu, Pierre (1995): *Las reglas del arte*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Brünner, José Joaquín (1999): *Globalización cultural y posmodernidad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bustamante, Enrique (2006): "Diversidad en la era digital: La cooperación iberoamericana cultural y comunicativa. En *Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura*. Organización de Estados Americanos para la educación, la ciencia y la cultura (OIEI), N° 9, segundo semestre. Disponible en Internet: <http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica/ric09a03.htm>
- Ford, Aníbal (2002): "Toma this' América Latina: Contextos de la exclusión y de la domesticación". En revista *Diálogos de la Comunicación*, Felafacs, N° 65, p. 72-83.

- Galindo, Jesús (2009): "Comunicología, comunicación y cultura. Exploración histórica de dos conceptos centrales en el tránsito del siglo XX al siglo XXI". En revista *Razón y Palabra*, N° 66, enero-febrero. Disponible en Internet:

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/N/n66/actual/jgali-ndo.html> (Consultado: 11-02-09)

- García Canclini, Néstor (2007): "Comunicación y cultura. Encuentros y Desencuentros". En: Revista *Comunicación*, N° 138. Caracas: Centro Gumilla.
- García Canclini, Néstor (2006): *Diferentes, desiguales y desconectados*. España: Gedisa.
- García Canclini, Néstor (1999): *La globalización imaginada*. España: Paidós.
- García Canclini, Néstor (1997): "El malestar en los estudios culturales", Revista *Fractal* n° 6, julio-septiembre, año 2, volumen II, pp. 45-60. Disponible en Internet: <http://www.fractal.com.mx/F6cancli.html> (Consultado: 05-10-04)
- García Canclini, Néstor (Coord.) (1996): *Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos: libre comercio e integración*. Caracas: Editorial Nueva Sociedad.
- García Canclini, Néstor (1995): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Editorial Grijalbo.
- García Canclini, Néstor (1990): *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Editorial Grijalbo.
- Garretón, Manuel A. (Coord.) (2003): *El espacio cultural latinoamericano. Bases para una política de integración*. Colombia: Fondo de Cultura Económica-SECAB.

- Israel Garzón, Estrella (2002): "Comunicación intercultural para la formación de periodistas". *Sala de Prensa*, Año IV, Vol 2, N° 45, junio 2002. Disponible en Internet:

<http://www.saladeprensa.org/> (Consultado: 18-06-04)

- López, José (2004): "Información cultural. Herramientas para comunicar cultura en escenario marcado por la sombra de la mercantilización mundial". En Fernández del Moral, Javier (Coord.): *Periodismo Especializado*. Barcelona: Editorial Ariel. Cap. 18, p.p. 377-396.
- López Veneroni, Luis Felipe (1989): *Elementos para una crítica de la Ciencia de la Comunicación*. México: Editorial Trillas.
- Martín-Barbero, Jesús (2007): "Técnicidades, identidades, alteridades: desubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo". En: De Moraes, Dênis (Coord.): *Sociedad mediatizada*. Barcelona: Editorial Gedisa. p.p. 69-98.
- Martín-Barbero, Jesús (2004): "Medios y culturas en el espacio latinoamericano". *Revista Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura*. Organización de Estados Americanos para la educación, la ciencia y la cultura (OIEI), N° 5, enero-abril. Disponible en Internet: <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric05a01.htm> (Consultado: 07-09-06)
- Martín-Barbero, Jesús (1993): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Editorial Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, Jesús (1991): *Dinámicas urbanas de la cultura*. Colombia: *Revista Gaceta de Colcultura* N° 12, Diciembre, Instituto Colombiano de Cultura. Disponible en Internet: <http://www.naya.org.ar/articulos/jmb.htm> (Consultado: 13-02-03)
- Pasquali, Antonio (2005): *18 Ensayos sobre Comunicaciones*, Caracas: Editorial Random-Mondadori.

- Pasquali, Antonio (1980a): *Comunicación y cultura de masas..* Caracas: Monte Avila Editores.
- Pasquali, Antonio (1980b): *Comprender la Comunicación.* Caracas: Monte Avila Editores.
- Rey, Germán (2007): *La fuga del mundo. Escritos sobre periodismo.* Bogotá: Editorial Random House Mondadori.
- Rivera, Jorge (1995): *Periodismo Cultural.* Barcelona: Editorial Paidós.
- Sodré, Muniz (1998): *Reiventando la cultura. La comunicación y sus productos.* Barcelona: Editorial Gedisa.
- Said, Edward (2006): *Humanismo y crítica democrática. La responsabilidad pública de escritores e intelectuales.* Caracas: Editorial Random House Mondadori.
- Villa, María J. (2000): "Una aproximación teórica al periodismo cultural". En: *Revista Latina de Comunicación Social*, número 35, noviembre [extra "La comunicación social en Argentina"], La Laguna (Tenerife). Disponible en Internet:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/argentina2000/09villa.html>

(Consultado: 15-07-03)