



- ◆ Trabajo realizado por el equipo de la Biblioteca Digital de la Fundación Universitaria San Pablo-CEU
- ◆ Me comprometo a utilizar esta copia privada sin finalidad lucrativa, para fines de investigación y docencia, de acuerdo con el art. 37 del T.R.L.P.I. (Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual del 12 abril 1996)

2. LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA ESPECIALIZADA

2.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE INFORMACIÓN PERIODÍSTICA ESPECIALIZADA

Desde la primera mitad del siglo XIX y de forma progresiva se produce un avance sin precedentes del conocimiento científico y técnico. El avance es tan profundo que las ciencias se ven obligadas a dividirse en sectores cada vez más estrechos y especializados, dada la imposibilidad de abarcar la enorme amplitud que la investigación científica ofrece. Mucho más en el siglo XX, en el que los conocimientos científico y tecnológico han avanzado de forma espectacular. La exploración espacial, el dominio de la energía nuclear, la robótica aplicada al trabajo y a la vida cotidiana, la ingeniería genética y toda la biotecnología (ciencias de la vida) en general; los tantos y tantos descubrimientos en el mundo de la física, desde la teoría de las supercuerdas, a la del caos, la bioquímica del comportamiento, las nuevas técnicas médicas, la erradicación de enfermedades contagiosas (si bien han aparecido otras nuevas) y, en los últimos tiempos, el imparable avance de la informática y las telecomunicaciones, y sobre todo el de la combinación de ambas tecnologías, son sólo algunos de los avances de las ciencias. Avances que, como se ha dicho con anterioridad, se han podido lograr gracias a la especialización del conocimiento; esto es, a la división y subdivisión de la actividad investigadora en ciencia y tecnología hasta límites insospechados hace apenas unos decenios. El progreso en el saber sólo ha podido realizarse gracias a la especialización del conocimiento, que permite una mayor profundidad y un mayor rigor.

También en el Periodismo ha tenido lugar un proceso paralelo de especialización, si bien, como se verá más adelante, la especialización periodística tiene unas características distintas a la especialización en otros campos del conocimiento. La especialización en el Periodismo no sólo se debe a esa dinámica social de la especialización del conocimiento, sino también a factores endógenos a la propia profesión, como señalan Fernández del Moral y Esteve (1993: 53): la segmentación de las audiencias y la “necesidad de los propios medios por alcanzar una mayor calidad informativa y una mayor profundización en los contenidos”.

En efecto, los logros científicos en los más diversos campos de la ciencia y la tecnología no tardan en ser incorporados y aplicados a la vida diaria y cotidiana, lo que incide en la curiosidad de los nuevos usuarios por conocer más a fondo y desde sus posturas ajenas a la materia científica en qué consisten los nuevos avances.

Por otro lado, la economía, la política, la industria y otras facetas de nuestra cultura socioeconómica se han hecho cada día más complicadas y de naturaleza más difícil de comprender, pero ello no ha aminorado las ansias de saber por parte de los legos en la materia.

El uso de los avances y las ansias de conocimiento de la sociedad han hecho más que patente la necesidad de comunicar a los alejados de los sectores especializados del conocimiento, cuáles son los logros y las actividades de estos sectores y por lo tanto se ha necesitado de personas capacitadas en estos aspectos que se consa-

gren a la comunicación: los periodistas especializados, cuya función esencial, como más adelante se verá, es la de servir de puente entre el conocimiento especializado o, mejor, los especialistas en el conocimiento, y la sociedad en general. Dicho de otro modo: el periodista especializado lucha precisamente contra la especialización ya que hace comprensible a amplias capas de la sociedad unos conocimientos especializados y difíciles de divulgar si no es por un experto en hacerlo.

Más adelante se hablará del periodista especializado y se intentará una aproximación sobre sus inicios. No es fácil sin embargo —y tampoco es esencialmente importante para el tema que nos ocupa— especificar cuáles son los antecedentes del periodismo especializado ni sus principales puntos de inflexión. Lo escribía Martínez Albertos en 1972:

“Hasta los años posteriores a la II Guerra mundial era inexistente en los periódicos la llamada crónica científica —sobre las nuevas técnicas físicas e industriales (energía atómica, electrónica, medicina, astronáutica...)—. Sólo existía una cierta tradición periodística fuertemente especializada en el campo de la información económica. Desde los años 40 del s. XIX había ya información regular sobre bolsas en los grandes periódicos europeos. En los años finales de ese siglo y en los primeros del XX hasta la I Guerra mundial, se fue ampliando esta información especializada, extendiéndose a aspectos menos financieros, comerciales o económicos, al mismo tiempo que surgían las primeras revistas especializadas en economía.

Pero el fenómeno del periodismo especializado [...], pertenece a los últimos 25 años”.¹

A primera vista, como bien ha hecho ver Muñoz-Torres (1997: 29), la expresión “información periodística” podría parecer redundante. Sin embargo, no toda información es periodística, sino sólo aquella que, por reunir unas características determinadas, se difunde a través de los *mass-media*.

Cualquier tipo de conocimiento contenido en un soporte material puede ser considerado información (un tratado de química, por ejemplo). Sólo cuando esa información es digna de la consideración pública y susceptible de aparecer en los medios informativos se hablará de información periodística. La información periodística reúne determinadas características como la actualidad, la universalidad, la difusión o la periodicidad, que la hacen distinta a cualquier otro tipo de información.

Pero aquí se trata de la información periodística especializada; es decir un tercer término que acota aún más los dos anteriores. Es decir, primero información; después periodística y, en tercer lugar, especializada; esto es, referida a una especialidad, a un área concreta del conocimiento.²

² Para el Diccionario de la Real Academia Española, “especialidad” es la “rama de una ciencia, arte o actividad, cuyo objeto es una parte limitada de las mismas, y sobre el cual poseen saberes o habilidades muy precisos quienes lo cultivan”.

“Los mensajes periodísticos especializados se distinguen de los no periodísticos –al menos en pura teoría–, justamente en que son dignos de ser conocidos por el conjunto de la sociedad, y no sólo por una elite reducida de especialistas. Dicho en otros términos: el periodista especializado es un mediador que objetiva la realidad y «administra» el saber socialmente compartido, cuya principal cualidad es saber divulgar aquellos temas de carácter científico-técnico y cultural cuyo conocimiento es potencialmente relevante para el conjunto de la sociedad «aquí y ahora” (Muñoz-Torres, 1997: 36).

Sobre este punto se volverá más adelante y en extenso, pero por el momento parece suficiente. A partir de los anteriores conceptos, Fernández del Moral y Esteve (1993: 100) definen de este modo la Información Periodística Especializada:

“aquella estructura informativa que penetra y analiza la realidad de una determinada área de la actualidad a través de las distintas especialidades del saber; profundiza en sus motivaciones; la coloca en un contexto amplio, que ofrezca una visión global al destinatario, y elabora un mensaje periodístico que acomode el código al nivel propio de la audiencia, atendiendo sus intereses y necesidades”.

En esta definición quedan recogidos prácticamente todos los aspectos propios de la información periodística especializada: una *estructura informativa*, que abarca todo el proceso de la comunicación, desde las fuentes hasta la audiencia; que *penetra y analiza la realidad de una determinada área a través de las distintas especialidades del saber*, lo cual obliga al periodista a conocer el ámbito

especializado del que se va a informar, a conocer esa determinada área; *la coloca en un contexto amplio que ofrezca una visión global al destinatario*, lo que obliga al periodista a huir de la información fragmentada y le exige profundizar en cada uno de los hechos relatados; *elabora un mensaje periodístico que acomode el código al nivel propio de cada audiencia*, es decir, accesible a la capacidad de comprensión del destinatario; y, por último, *atendiendo a sus intereses y necesidades*: el periodismo e igualmente el periodismo especializado sólo pueden existir en función de los intereses y la necesidades de la audiencia y nunca en función de otros intereses y necesidades; dicho de otro modo, el periodista debe tener claro en todo momento cuál es su público destinatario y en función de las necesidades y los intereses de éste elaborar su mensaje periodístico.

2.1.1. La IPE, contra la especialización

Básicamente, son dos los efectos más negativos del fenómeno de la especialización del conocimiento, y contra ambos pretende luchar la Información Periodística Especializada. Por una parte, el especialismo acarrea una pérdida de visión global de la realidad, con el consiguiente déficit de sentido. Por otra, merma notablemente la capacidad de comunicación, tanto entre especialistas pertenecientes a distintas áreas de conocimiento, como entre estos y el resto de la sociedad.

La necesidad de paliar estos efectos negativos se ha ido agudizando a medida que han ido aumentando las proporciones de éstos.

Pero también es sentida desde hace décadas, particularmente la referida al segundo de ellos: la creciente dificultad de comunicación.

“Hay que tener en cuenta que la Información Periodística Especializada (IPE) nace justamente para hacer frente a la especialización en el conocimiento. No se trata por tanto de ofrecer una disciplina específica acerca de la especialización en la información, cosa a todas luces absurda, como absurdo sería plantear disciplinas de medicina especializada, de derecho especializado o de economía especializada. Se trata, por el contrario, de hacer posible al periodismo su penetración en el mundo de la especialización, no para formar parte de ese mundo, no para convertir a nuestros profesionales en falsos especialistas, no para obligar al periodismo a parcelarse, a subdividirse, a compartimentarse, sino al contrario: para hacer de cada especialidad algo comunicable, objeto de información periodística, susceptible de codificación para mensajes universales” (Del Moral y Esteve, 1993: 11).

Sobre este tema ha incidido Muñoz-Torres (1993) para quien la Información Periodística Especializada se propone facilitar la comunicación entre los especialistas que trabajan en los distintos ámbitos del conocimiento y ayudar a que la sociedad en general también conozca y se beneficie al máximo de los avances de los mismos hallazgos, mediante una labor adecuada de divulgación.³

³ “Para ilustrarlo, vale la pena recoger aquí una comparación, que, hace ya más de treinta años, en 1963, proponía el entonces director del CNRS francés para llamar la atención sobre esta problemática, en una conferencia acerca de la comunicación científica. García-Noblejas, que asistía a la disertación, la ha rescatado del olvido con las siguientes palabras: «las investigaciones del saber especializado, desde la física de partículas hasta los ritos iniciáticos de los bororos, la glosolalia, o la metafísica —dijo el director del CNRS—, se asemejan mucho a las múltiples galerías de una mina, en las que trabajan afanosamente unos cuantos privilegiados, que son capaces de desentrañar las correspondientes gemas en bruto de su peculiar saber. El problema surge cuando

Con esta doble función asevera Fernández del Moral (1991: 76) “una más orientada al problema de los especialistas y la inco-municabilidad, y por tanto a resolver el problema de la pérdida de visión global en la sociedad, y otra claramente impuesta por la propia necesidad de atender a los contenidos informativo periodísticos, la definición de Información Periodística Especializada tiene ese carácter bipolar que garantiza su eficacia como arma para resolver problemas bivalentes”.

2.2. LAS FUENTES ESPECIALIZADAS

El mejor estudio que hasta el momento se ha hecho sobre las fuentes en el periodismo especializado es el de Chimeno, dentro de la obra colectiva *Estudios sobre Información Periodística Especializada*, coordinada por Esteve (1997). Chimeno parte para su estudio de una base cada vez más aceptable: la influencia de las fuentes en el proceso de comunicación, influencia a veces perniciosa y que,

esos especialistas se reúnen en la sala común donde convergen todas las galerías, tras recorridos más o menos arborescentes. Entonces, cuando se muestran unos a otros lo que para cada cual es el hallazgo de su vida, comparten de inmediato la alegría de haberse acercado a sus respectivos griaes científicos. Pero, a renglón seguido, encuentran en los demás colegas una silenciosa incomprensión, más o menos indiferente, ante lo hallado. Los respectivos diamantes en bruto sólo parecen pedruscos a los demás. Lo de cada uno parece tan esotérico al resto, que todos prefieren volver al trabajo en su galería particular. Tamaña indiferencia e incoherencia —concluía el Director del CNRS francés— nace exclusivamente de la incapacidad de comunicarse y de poner juntos sus hallazgos, sacados en definitiva de la misma mina”.

“Con esta certera parábola, apostilla García-Noblejas, «aquel caballero, ya entonces, en 1963, quería decirnos que el mayor reto científico de nuestro siglo no residía en la preparación de investigadores de alta especialización, sino en la urgente necesidad de comunicadores, personas capaces de poner en común los hallazgos especializados de las más diversas ramas del conocimiento científico». Aunque estas palabras fueron pronunciadas, como advierte García-Noblejas, pensando en la comunicación entre especialistas avanzados, y no en la comunicación con el resto de la humanidad, son, a mi juicio, perfectamente trasladables a este segundo plano” (Muñoz-Torres, 1997: 39).

prácticamente será la conclusión, sólo puede ser contrarrestada por el periodista que se mueve en un nivel parecido al de la fuente. “Una tarea prioritaria en la práctica del periodismo especializado —afirma Chimeno (1997: 43)— es la de atajar la ‘tiranía’ de las fuentes, desposeyendo sus contenidos de cualquier exceso irracional de tecnicismo, sesgo e interés corporativo para adaptarlos, lo máximo posible, al grado de cualificación, a la perspectiva y a los intereses reales de cada audiencia”.

“La fuente, se identifique o no con el emisor, constituye uno de los elementos fundamentales en todo proceso comunicativo y, como es lógico, también de las actividades periodísticas. En su calidad de depositaria natural de los mensajes comunicativos, la fuente se sitúa en un nivel de atención destacado para cualquier profesional de la información, dada la dependencia de ellas para el ejercicio de sus tareas. De ella extraerá el periodista la «materia prima» con la que procesará el producto informativo que servirá, posteriormente, a las audiencias” (Chimeno, 1997: 43).

También Fontcuberta (1997: 23) incide en este aspecto: “Uno de los reproches que se hacen a la información periodística (especializada y no especializada) es que la agenda de los medios está construida con fuentes institucionales en gran parte, poco plurales y unívocas, que condicionan y limitan el contenido”.

No obstante, el tratamiento de las fuentes resulta cualitativamente distinto cuando el periodista es un periodista especializado. Su especialización impedirá a la fuente que ésta se coloque en una mayor altura que el periodista. El uso de conceptos y vocabula-

rios técnicos por parte de la fuente será respondido por un periodista que, si no está al mismo nivel, sí que es capaz de conocer al menos las esencias de esa rama del conocimiento para contrarrestar con sus preguntas los tecnicismos de su interlocutor.

Del mismo modo, la especialización depurará, en gran medida, los contenidos periodísticos del sesgo e interés corporativista que de forma natural subyace al mensaje original de la fuente, para adaptarlo a los intereses reales de cada audiencia: la audiencia no es la fuente (como a veces las propias fuentes creen) ni tampoco los especialistas de esa misma rama del conocimiento. También el periodista especializado terminará con el monopolio y la 'tiranía' de las fuentes a la hora de establecer la jerarquía de interés de los contenidos de la noticia, así como con su tendencia a imponerlos indiscriminadamente a cualquier público o audiencia. Si la fuente es experta en su materia, el periodista especializado también lo es en su audiencia y corresponde al periodista decidir cuáles son los asuntos de interés para ésta.

“La especialización, en relación a la fuente y sus contenidos, supondrá, en síntesis, que el periodista profesional, al amparo de su cualificación, ejercerá una iniciativa y un control razonables de la información en este punto del proceso comunicativo. Se trataría, sobre todo, de conectar cada audiencia, en razón de sus necesidades, expectativas e intereses concretos, con los contenidos de cada fuente en el nivel adecuado de capacidad que éstos tienen para satisfacerla” (Chimeno, 1997: 44).

2.3.EL MENSAJE, LOS GÉNEROS, EL CONTEXTO

El periodista necesita usar un código, un lenguaje, que sea capaz de acercar a su público el hecho que sólo es conocido dentro de un restringido círculo de especialistas en la cultura y la ciencia. Así, en determinadas áreas, el profesional del periodismo deberá usar dos códigos diferenciados: el que le ponga en comunicación con sus fuentes (para lo cual deberá adquirir conocimientos especiales) y el que le ponga en comunicación con su audiencia (Del Moral, 1983 y Del Moral y Esteve, 1993). Si alguno de estos códigos falla, el proceso de comunicación queda interrumpido.

Hay que destacar tres posibles niveles del lenguaje si se toma como referente principal comparativo el grado de especialización de las publicaciones en las que se inserta este lenguaje y su posterior proyección divulgativa.

El lenguaje más especializado es el utilizado por las publicaciones escritas por los científicos para los científicos; es decir, aquellas informaciones cuyos emisores son altamente especializados y el público también lo es, consecuencia de lo cual el lenguaje es muy técnico. El mejor ejemplo puede ser las revistas de información económica escritas por los estudiosos de la economía y dirigida a otros estudiosos de economía.

En segundo lugar y rebajando tecnicismos se encuentra el lenguaje utilizado en las publicaciones y medios de comunicación que intentan combinar la especialización del conocimiento con su divulgación. Los diarios especializados en información económica

podrán servir de ejemplo; también las revistas económicas destinadas a un público más amplio que el de expertos en economía, pero no un público universal ni generalista.

Por último, se encuentran los medios de información general para los cuales es necesario el uso de un lenguaje divulgativo y sin tecnicismos. Se encuadran aquí las secciones de economía de cualquier periódico o revista de información general. La característica fundamental, se repite, es su lenguaje divulgativo.

“Con mucha frecuencia, sin embargo, el grado de especialización de los contenidos presentados en medios de determinado nivel no coincide con el que le correspondería a priori por razón del grado de cualificación de la audiencia a la que va destinado dicho medio. Del mismo modo, en ocasiones, los contenidos no tienen, necesariamente, que coincidir todos con el nivel correspondiente de especialización del medio, ya que puede ocurrir que incluyan, a veces y de manera consciente, información en otros niveles de especialización” (Chimeno, 1997: 45).

2.3.1. Divulgación

El concepto clave es el de divulgación. El periodista especializado tiene la obligación profesional de cualificarse para el control de los códigos divulgativos. Se trataría, como se decía anteriormente, de adquirir conocimientos y habilidades destinadas a traducir los mensajes originarios y técnicos de las fuentes especializadas en otros mensajes alejados de tecnicismos y comprensibles para la audiencia. Es decir, adecuar los mensajes técnicos al grado de cua-

lificación y comprensión propio de cada audiencia diferenciada. El concepto de divulgación lo explica claramente Herrero (1997, 75):

“La mayoría de los textos del Periodismo Especializado aparecen publicados en diarios de información general. Esto quiere decir, en primer lugar, que el receptor es un lector muy amplio, quizá con algunos intereses o preferencias concretas, pero no demasiado exigente. La configuración y estilo de los textos especializados debe atender a este criterio porque divulgativo tiene aquí, al menos, dos interpretaciones:

“El estilo, el lenguaje, la estructura y el mismo contenido deben ajustarse a los criterios de claridad y concisión consustanciales a todo tipo de periodismo, incluido el especializado.

“El Periodismo Especializado comunica saberes y conocimientos que, de otra manera, resultarían prácticamente inalcanzables o incomprensibles para el lector amplio. En este sentido, el Periodismo Especializado cumple esa función de democratización de la cultura de la que habla Tuñón y eso, sin renunciar al análisis, a la profundidad y a la contextualización”.

Pese a todo lo expuesto, no se puede caer en una posible confusión: La adaptación del lenguaje de unas fuentes a una audiencia no iguala al periodista con el *divulgador*. Grandes divulgadores, que han puesto al alcance de un público masivo los conocimientos específicos de un área concreta del saber, nunca fueron periodistas porque sus textos carecían de algunas de las características propias del periodismo como la actualidad, la difusión o la periodicidad, si nos referimos a las características del periodismo según Otto Groth.

2.3.2. Contexto

En la elaboración de los textos periodísticos, el periodista ha de huir de la información fragmentada e inconexa y ha de contextualizar, explicar la relación entre determinados hechos aparentemente ajenos y superficialmente alejados, pero con puntos en común. Diezhandino (1994: 31), Orive y Fagoaga (1974: 69) y Del Moral y Esteve (1993: 101) han insistido en la necesidad de la contextualización en el tratamiento especializado de la información periodística.

“La total ausencia de conexiones que den significado al entramado informativo hace que incluso un mismo tema sea presentado de manera diferente de un día para otro. Esto implica que en lugar de describir un mundo coherente, con tendencias históricas bien definidas, lo que se presenta a la consideración del público es ‘un mundo dirigido al caos por fuerzas aparentemente misteriosas y arbitrarias’ (Diezhandino, 1994: 31).

El periodista ha de ser capaz, según Orive y Fagoaga (1974: 69), de proporcionar a las audiencias “una interpretación del mundo lo más acabada posible”, lo cual implica que ha de “interrelacionar, contextualizar y profundizar en las informaciones, darles un sentido y explicar al lector su significado”. El profesional debe profundizar en la realidad para descubrir las causas que han podido originar el hecho informativo (Del Moral y Esteve, 1993, 101). Diezhandino (1997: 87) lo explica así:

“Se trata, pues, de utilizar el acontecimiento como instrumento referencial de un entorno que ha de construirse a partir de él. La información centrada en procesos, condiciones y tendencias, no sólo en acontecimientos aislados. No sólo lo que ha ocurrido en un momento determinado, en un lugar determinado, sino el contexto en el que se enmarca.

“Además de describir los hechos básicos que permitan entender nuestro mundo y lo que esos hechos significan, hay que indicar por qué son importantes, en qué contexto hay que situarlos, adónde nos conducen. Se dice a los lectores lo que sucedió, por qué sucedió, qué significa lo que sucedió, y qué es probable que suceda a continuación...

“La cuestión básica hoy es: poner los medios suficientes para ofrecer un sentido preciso del contexto social en el que el hecho se inserta. Una información que permita a los lectores de esa diaria historia que relatan los medios, y de la que son partícipes, obtener claves útiles con las que formar sus propios juicios, con las que adoptar sus propias decisiones.”

Para Muñoz-Torres (1997: 40) la contextualización ha de ser doble:

“Por una parte, es preciso poner el objeto especializado del que se trate en el contexto del saber al que pertenece (lo que suelo denominar «contextualización primaria o interna»: qué relevancia tiene, qué relaciones guarda con campos y cuestiones afines, etc.); por otra, hace falta también trascender el ámbito de la especialidad, para preguntarse por la relevancia social que pueda tener el conocimiento de ese objeto de interés periodístico (lo que llamo «contextualización secundaria o externa»: a quienes interesa o debería interesar, desde qué punto de vista, en relación con qué otros asuntos, etc.)”

Para Carmen Herrero (1997: 73), el periodismo de explicación es casi innato a la especialización periodística y profundiza en ella por varias razones:

“1) Supera la estructura piramidal clásica al considerarla insuficiente para la mejor comprensión de algunos textos. Por el contrario, lo que hace es entremezclar datos antecedentes, de explicación y de valoración, en un orden lógico que apoye la interpretación inicial que se suele adelantar en la cabeza. 2) La contextualización de las informaciones se logra con datos del pasado (background) y del presente (análisis y explicación); esta relación presente-pasado sirve para dar profundidad al análisis. 3) Las citas de expertos, autoridades, implicados en los hechos, etc. pueden ir con referencia expresa o en atribución generalizada y sirven de apoyo a las valoraciones propias. 4) Las valoraciones propias del redactor deben ser documentadas; la documentación es la pieza clave de los textos del periodismo de explicación y, por extensión, del Periodismo Especializado”.

2.4. CONTENIDOS Y SECCIONES

La especialización periodística es, fundamentalmente, temática. Un periodista se especializa en una materia de un área de conocimiento, que habitualmente coincide con las tradicionalmente llamadas secciones de los diarios: economía, deportes, política, enseñanza o cualquier otra. Pero podría hablarse también de otros tipos de especialización, las especializaciones *transversales*, es decir, comunes a todas o la mayoría de las secciones temáticas; son aquellas que dependen del género (columnistas, entrevistadores, reporteros, editorialistas), del método (periodismo de investigación, perio-

dismo de precisión), de la finalidad (periodismo de servicios), o, sin agotar la tipología, de la ubicación de las distintas fases del proceso informativo: la ubicación espacial de las fuentes; el lugar de procedencia de las noticias, o la pertenencia de la audiencia a un mismo territorio; en atención a estos últimos elementos se podría hablar de una información periodística especializada que depende de la ubicación: periodismo internacional, periodismo nacional o periodismo comarcal o local. Se entrará más adelante con detalle en esta última tipología (V. el capítulo “La información cercana” a partir de la página 58).

“Si hace algún tiempo los periodistas eran conocidos por su vinculación a un determinado canal informativo en el que supuestamente eran capaces de informar de múltiples temas (se hablaba de profesionales de la radio, la prensa y la televisión), ahora el panorama ha cambiado y el periodista que antes era especialista en un medio y generalista en contenidos, se convierte o se está convirtiendo ahora en un periodista generalista en medios (esto es, capaz de transmitir su mensaje con eficacia en cualquier medio de comunicación) y especialista en contenidos” (Fontcuberta, 1992).

Desde los años setenta y ochenta, en la prensa del mundo más desarrollado, los periódicos empezaron a crear regularmente secciones especiales dedicadas a cubrir las múltiples preocupaciones de sus públicos. Una sección es “parte de una publicación donde se agrupan informaciones del mismo tema: nacional, internacional, local, economía, deportes, sucesos, amenidades” (López De Zuazo, 1985: 180) o, en palabras de Martínez Vallvey, (1996: 53), “un

conjunto de textos e imágenes agrupados bajo un mismo denominador común, bien sea por el ámbito geográfico, bien temático”.

“Tras la segunda guerra mundial el sistema de independencia en las secciones de un periódico o de un programa informativo había llegado a ser absurdo en algunos países occidentales. Cada sección tenía su espacio determinado, los redactores trabajaban sin enterarse de lo que hacían sus colegas de otras secciones, como si se tratara de distintos cuerpos redaccionales o de distintos periódicos y programas” (Brajnovic, 1978: 300).

La función principal de la organización del contenido periodístico en secciones es la de presentar la información de una manera más ordenada y clara para el lector, pero hay otra función no menos importante: organizar el trabajo en una redacción y permitir que cada sección, al funcionar como un bloque, dependa siempre de unas mismas personas, los periodistas especializados en esa sección, que conocen la materia a fondo y que saben integrarla en el resto de páginas.

“Hay que reconocer que esta rigurosa *división del trabajo* tiene ciertas ventajas, como por ejemplo: la facilidad de cubrir todos los sectores informativos, la especialización de los periodistas, la independencia de los jefes de las distintas secciones, y la relativa facilidad del director para dirigir la Redacción. Pero este sistema puede convertirse en una contradicción de los que debe ser el trabajo periodístico; las secciones se encierran dentro de sus muros y cada una tiene su espacio inviolable y nada ni nadie puede cambiar la forma establecida. También suele ocurrir (podemos citar muchos ejem-

plos) que en dos secciones distintas aparece una misma información” (Brajnovic, 1978: 300).

Es prácticamente imposible establecer una clasificación de las secciones comunes a los medios de comunicación. De un lado, porque esta taxonomía debería ser diferente para radio, prensa y televisión y, de otro lado, porque ni siquiera en los medios donde la división temática en secciones ha llegado más lejos y especialmente en la prensa escrita, se coincide en el momento de nombrar cada uno de los apartados temáticos y aunque se refieran a los mismos asuntos, sus cabeceras son diferentes.

Muñoz-Torres (1997: 37), que también señala las dificultades que existen para establecer una clasificación en torno a las secciones temáticas, se atreve, sin embargo, a construir una posible taxonomía de secciones, en las que se incluyen las posibles subsecciones:

“A tenor de las informaciones que aparecen habitualmente en los medios, respaldadas por las diversas herramientas de medición demoscópica, cabe hablar a mi juicio de seis grandes bloques temáticos o áreas de especialización: política, economía, ciencia y tecnología, cultura (con inclusión de todas las artes y los espectáculos), deportes y el heterogéneo conglomerado que suele denominarse «sociedad». Dentro de cada uno de ellos, se pueden distinguir numerosas subáreas, sobre las que quizá resulte más difícil establecer fronteras netas. Pese a ello, considero oportuno aventurar la siguiente enumeración:

“1. política: asuntos internacionales, nacionales, autonómicos y locales (incluidos los relativos a la seguridad y defensa del Estado).

“2. económica: macroeconomía, microeconomía, información para el consumo, finanzas personales, información laboral y sindical.

“3. ciencia y tecnología: asuntos científico-técnicos, con inclusión de temas sanitarios y medioambientales.

“4. cultural: asuntos relativos a las artes plásticas, a las letras y a los espectáculos.

“5. deportes: deportes practicados individualmente y en equipo.

“6. sociedad: a falta de mejor denominación, este bloque recoge informaciones sobre asuntos relativos a la situación social de la mujer, la educación, la religión, los sucesos, la vida privada de personas públicas, etc.”

Al menos para dejarlo aquí apuntado, cabe recordar que secciones como la llamada política, se desgajan geográficamente a lo largo de los diarios o los informativos, mientras que otras secciones de índole similar como la de economía, agrupa bajo el epígrafe las noticias procedentes desde los distintos ámbitos geográficos.

2.4.1. Suplementos temáticos

La expresión máxima de la división temática es el uso de los suplementos. Aunque los diarios utilizan los suplementos desde hace muchos años, es en las últimas décadas cuando su uso se ha incrementado de forma sustancial. Se trata de grandes secciones, casi siempre de periodicidad semanal, en las que se acumula la in-

casi siempre de periodicidad semanal, en las que se acumula la información habida durante ese lapso de tiempo. Desde luego, los géneros explicativos son los reyes de los suplementos, dado que adolecen en muchos casos de falta de actualidad inmediata o al menos diaria, como el resto de las páginas del periódico.

“La intención original de hacer suplementos fue identificar al público ‘especializado’ que era requerido por los anunciantes (...) Gradualmente, los diarios metropolitanos más emprendedores comenzaron una completa separación del periódico en compartimentos, dividiéndolo en una serie de suplementos que podían separarse físicamente y que cubrían la semana completa” (Smith, 1980: 179).

Los suplementos son especialmente temáticos (Ciencia, Motor, Economía, Deportes), pero también los hay destinados a grupos de edad (“Diario de la Escuela” de *La Voz de Galicia*, “El País de las Tentaciones”, “Gente Menuda” de *ABC*, “La Luna” de *El Mundo*, “Nuestros Mayores” de *Las Provincias*, etc.) y hasta por sexos (suplemento “Mujer” de *Las Provincias*).

“Las revistas realmente poderosas, como *Time*, tienen un volumen de lectores tan grande que incluso cuando se lo fragmenta contiene una mayor cantidad de públicos especializados que muchas revistas especializadas. Así, *Time* descubrió que entre sus lectores tenía más hombres de negocios que la propia *Business Week*, e inició una edición para hombres de negocios.

“En general, sin embargo, la prensa especializada, que puede concentrar tanto su contenido como su publicidad en un gru-

po reducido de temas, es capaz de superar a la revista de interés general, y los editores en ese campo han procurado seguir cada novedad o moda que les ayude a llegar a un nuevo grupo, haciéndolo accesible a la publicidad especializada y a los productos adicionales que puedan ser vinculados a la publicación” (Smith, 1983: 176).

2.5. EL PERIODISTA ESPECIALIZADO

“La inseguridad que el desconocimiento de una materia genera en el periodista —salvo que éste sea un ejemplar de singular osadía, como algunos que circulan por el mercado— le lleva a citar textualmente las palabras de su fuente, por más que entienda que son complejas o están plagadas de barbarismos o no son más que formas eufemísticas” (Coca y Diezhandino, 1991: 89).

Las características básicas del periodista tradicional no son suficientes para garantizar la información que exige la sociedad actual. Para luchar contra la superficialidad de las informaciones, contra la influencia interesada de las fuentes, contra la desconexión y fragmentación de los hechos entre sí, contra la estrecha visión de las ideas y hechos comunicados pese a la complejidad creciente del mundo, y contra la distancia entre sectores sociales especializados y la sociedad en su conjunto, se necesita un profesional del periodismo distinto al tradicional: el periodista especializado. Entre las características de este nuevo profesional destaca su doble formación: una formación especializada en un campo científico, que le llevará a conocer el universo específico que ha de comunicar, y una forma-

ción como periodista, que le hará conocer las reglas propias del periodismo para lograr una buena comunicación.

Su preparación respecto a una determinada rama del conocimiento le permitirá, en esencia, comprender, profundizar y valorar hechos que pasarían desapercibidos al profano; ponerlos en relación con acontecimientos similares para evitar presentar fragmentos aislados de la realidad social; y, por último, enfrentarse a las fuentes que le informan en su mismo nivel. Su formación periodística le dará la preparación suficiente para cumplir su función de intermediario entre unas partes de la sociedad y la sociedad misma con el uso apropiado de un código común, y sin perder ninguna de las características propias del periodismo, desde la difusión a la actualidad.

La formación dual del periodista no implica una parcelación de su conocimiento ni una limitación en su quehacer profesional; muy al contrario, se trata de un valor añadido a su saber profesional periodístico, que le permite, además, estar especializado en algún campo concreto del conocimiento.

Las características que durante tantos años han hecho que un periodista sobresaliese por encima de sus colegas, que fuese competente, son insuficientes en la actualidad. Esas características se basaban en un cúmulo de capacidades (rapidez para acumular datos y transmitirlos), supuestas aptitudes (el “olfato periodístico”, el “sentido innato” de la noticia) y unas cualidades físicas y psíquicas donde se entremezclaban la habilidad y la maña con la audacia y la

osadía (V. Ortiz, 1997: 62). Hasta ahí llegaba la disposición para su trabajo del profesional del periodismo, que basaba su idoneidad en la experiencia propia y en la experiencia que le transmitía su antecesor, del que heredaba puesto, fuentes y hasta estilo.

La competencia de un periodista se medía, aún se mide, por el número de páginas de su agenda de teléfonos. “Un periodista vale lo que vale su agenda” es un frase clásica que todavía se repite. La frase parece heredada de los tiempos en los que las fuentes, los promotores de la información y los protagonistas de los medios de comunicación, apenas eran un puñado de personas que procedían de un puñado aún más pequeño de sectores sociales. Esa agenda, hoy, no podría ser lo suficientemente numerosa en nombres y teléfonos como para permitir localizar a las personas necesarias en las numerosas áreas sociales del conocimiento.

Igualmente, la destreza y el atrevimiento del periodista serán anulados por las habilidades tendidas por otros periodistas tan sobresalientes como él en el mundo de la comunicación, pero además expertos en la materia determinada de la que se trate. Según el clásico, un periodista intenta descubrir lo que otro periodista intenta ocultar, pero la batalla es muy desigual a favor del segundo, si el primero no tiene la preparación suficiente. En cuanto a las aptitudes, hasta el “olfato periodístico”, si es que alguna vez lo hubo, perderá su valor, confundido por los miles de olores propios de un sistema de comunicación cada día más gigantesco. Quedará, en fin, la rapidez como cualidad todavía válida, pero hasta la agilidad se verá frenada si el asunto que le ocupa es de la suficiente compleji-

dad como para que un inexperto en la materia lo entienda sin ayudas.

Este periodista al que se suponía con suficientes aptitudes, capacidades y cualidades para el ejercicio competente de la profesión, puede acabar, pese a sus dotes, perdido en la inmensa maraña que forma la jungla de la comunicación de la actualidad.

Una maraña que hará incluso que su fiabilidad se resienta dado que tendrá que transmitir hechos tan complejos que no acaba de entenderlos, mientras que acontecimientos importantes no serán transmitidos por su apariencia de irrelevancia; queda por tanto este periodista a merced de las fuentes intencionadas, de las autoridades en la materia que se trate, que son las que directa o indirectamente le indicarán qué es o qué no es noticia, qué es o no realidad.

Muchas veces, en los medios de comunicación se distorsiona palmariamente la realidad, pero no es por amarillismo, sensacionalismo o tendenciosidad, sino por ignorancia del periodista.

Las consecuencias de todo lo anterior no dejan de ser perversas: un periodista superficial a merced de fuentes informativas interesadas, incapaz de reflejar la moderna complejidad social, e incompetente para servir de instrumento de mediación, cual sería su función, entre los hechos de las diferentes ramas del saber y las audiencias, que, por otro lado, son cada vez más exigentes.

2.5.1. Antecedentes del periodista especializado

“Con independencia del problema de la datación exacta, lo cierto es que el Periodismo Especializado (como actividad profesional) irrumpe originariamente –de manera progresiva pero imparable– por la necesidad imperiosa de informar sobre los avances en las distintas parcelas del conocimiento científico y en las actividades técnicas. Asimismo, es factor coadyuvante de su aparición la profesionalización progresiva del proceso industrial de producción masiva de mensajes: el periodista generalista, de mentalidad bohemia, va cediendo paso al profesional de la información, que desarrolla su trabajo con mayor preparación y rigor, para poder sobrevivir en un mercado fuertemente competitivo” (Muñoz-Torres, 1997: 27).

El periodista especializado, más que surgir de forma espontánea, es *impuesto* a las empresas periodísticas por las nuevas necesidades de las audiencias.

El colaborador, ajeno a la redacción y experto en una materia determinada, ha sido tomado por algunos teóricos como el más claro precedente del periodista especializado. Pero este especialista era tan experto en su materia como ajeno a las técnicas periodísticas. La situación se movía entre el periodista tradicional, que sólo podía comunicar su ignorancia, y el experto colaborador, que no sabía comunicar su conocimiento. El resultado, en ambos casos, era disfuncional.

El segundo paso histórico, que todavía perdura, es el de la figura del experto. Se trata del especialista no periodista a quien re-

curre el profesional de la información cuando le surgen dudas. La simbiosis entre el experto y el redactor fue un avance respecto al colaborador: el primero pone su conocimiento al servicio del segundo y éste lo interpreta para una audiencia masiva. El inconveniente, sin embargo, es claro: se necesitan dos profesionales para realizar el trabajo que debería realizar uno solo.

Paralelamente, el periodista fue adquiriendo, a través de su experiencia, conocimiento de determinados campos. Su propio contacto con el experto y con las fuentes le permitían instruirse en los contenidos de un área concreta.⁴ El periodista que quiera “sobrevivir” necesita “adquirir conocimientos en profundidad en uno o más campos del saber, dentro de la habitual cobertura informativa de un periódico: economía, leyes, estadística, ciencia, artes, etc.”⁵ y la especialización a través de la experiencia fue su primera arma.

Poco a poco nos estamos acercando a la principal cualidad que hará del periodista un periodista especializado: su doble formación. Se hizo necesario que los profesionales del periodismo com-

⁴ La primera generación de periodistas científicos no tuvo, en general, formación científica. Perlman, que dice que es el típico periodista científico de más de cincuenta años, reconoce que cuando estudiaba en la Universidad de Columbia odiaba las materias científicas y que asistió sólo a las que eran imprescindibles para graduarse. “Comencé con mi sombrero de alas anchas, como se usaba por entonces, echado hacia atrás, haciendo la crónica de los incendios; luego me fui con mi chaqueta militar a Europa, como corresponsal de guerra del *Herald Tribune*. En una ocasión, cuando empezaba a ocuparme de temas científicos, creí que la absorción biliar a la que se refería un médico que hablaba de los avances en el tratamiento de la hepatitis era el nombre de una paciente. Cuando lanzaron el Sputnik, yo era incapaz de explicar por qué no se venía abajo de inmediato. Prácticamente todo lo aprendí trabajando, con entusiasmo, haciendo reportajes, leyendo mucho”. Citado por Nelkin (1990: 101), quien también recoge el testimonio de otros profesionales similares a Perlman.

⁵ DENNIS, Everette E.; ISMACH, Arnold H., *Reporting Processes and practices: Newswriting for today's readers*, Wadsworth Publishing Co. Belmont, 1981, citado por Diezhandino (1994: 32 y 33).

plementasen sus conocimientos periodísticos con unos conocimientos específicos de la materia objeto de la información. Una formación periodística, por un lado, y otra formación paralela por la que se convierta en un experto en un área de conocimiento determinada, sobre la cual sea capaz de practicar sus conocimientos de periodista; esto es, que sea capaz de seleccionar, contextualizar, interrelacionar y profundizar en las informaciones que transmite adecuadamente a sus lectores, por muy complejo que sea el hecho que reflejan.

“El profesional del mundo de la información deberá tener cada vez una formación específica mayor en su campo y en la aplicación de ese saber a un área de conocimiento” (Del Moral y Esteve, 1993: 161).⁶ Para Fontcuberta (1992), el periodista “debe poseer unos conocimientos técnicos que le capaciten como experto en comunicación dentro de un área concreta de la información periodística”.

Para Orive y Fagoaga (1974: 111), “el periodista especializado no debe ser un pozo de ciencia, sino un hombre que se especialice en determinadas cuestiones para poder tratarlas en profundidad”.

⁶ Borrât señala que en una redacción conviven especialistas con generalistas y, al mismo tiempo, periodistas profesionales y colaboradores. De los cuatro grupos resultantes en el cruce destaca la categoría de “estrellas” que adquieren los colaboradores generalistas. Estos “compensan con sus recursos expresivos sus ignorancias” (BORRAT, Héctor, *Proyecto docente*. Departamento de Periodismo. Universidad Autónoma de Barcelona, 1989, p. 56, citado por Fontcuberta [1992: 16]).

2.5.2. Características del periodista especializado

Cambian pues las funciones y los fines del periodista por exigencias de la audiencia, de la empresa y hasta del propio profesional.⁷ Este cambio no se refiere sólo al contenido informativo específico, sino que impregna cada una de las fases del proceso de la comunicación social: recogida, elaboración, transmisión y recepción.⁸

En cuanto a la recogida, porque el periodista ha de tener la suficiente capacidad para seleccionar y valorar, y comunicar con la adecuada rapidez el contingente de informaciones generadas en las diferentes áreas de conocimiento de la realidad que configuran la información.

La superabundancia informativa que se genera diariamente y la falta de espacio y de tiempo hace necesario que el periodista sea un auténtico *especialista* en un área informativa, capaz de ofrecer sistemáticamente esa información seleccionada y valorada convenientemente. “La labor del periodista no acaba ni comienza produciendo textos. Es el trabajo de selección el más importante en la profesión periodística hoy, teniendo en cuenta la cantidad ingente

⁷ Los objetivos, entre otros, que ha de cubrir el periodismo especializado, según Amparo Tuñón (1993: 96), son los siguientes: Ampliar el concepto de actualidad periodística; es decir, comunicar hechos e ideas nuevas de la realidad social, que no eran objetos de comunicación periodística; servir como instrumento de mediación entre los especialistas entre diferentes ramas del saber y las audiencias; profundizar en la explicación de fenómenos sociales actuales y nuevos, y posibilitar el aumento de conocimientos sobre la complejidad creciente del mundo cambiante que nos rodea.

⁸ Vicente Romano (1984: 87) plantea una definición del periodismo especializado a partir de estas cuatro fases. Orive y Fagoaga (1974: 113) hablan de *entrada de material, interpretación y codificación*.

de hechos actuales que se producen en un universo progresivamente abundante y cambiante en informaciones” (Tuñón, 1993: 97).

Con la función de *gatekeeper* atribuida al periodista especializado en un área del conocimiento se acrecienta la garantía de independencia y veracidad de un medio de comunicación.

“Esa función de *gatekeepers* fue tradicionalmente ejercida por la persona o las personas que tenían mayor poder en los medios. Pero aquí se ha ido produciendo un cambio paulatino y constante. Del dueño o el grupo de mayor poder en el periódico, se pasó a la responsabilidad de los directores y más tarde de los redactores jefe, en los que aquéllos delegaban. De esta manera se fue profesionalizando el criterio de selección. La responsabilidad pasó por fin, recientemente, al periodista especializado, auténtico *gatekeeper* de su área, en el que no interfiere ya ni su propio director, a no ser que se plantee un problema de interferencia grave con la línea o los intereses del medio, aspecto éste que se produce más difícilmente ahora. De esta manera, la garantía de independencia y veracidad se acrecienta” (Del Moral y Esteve, 1993: 173).

En el momento de ejercer la tarea de filtrado, el periodista especializado no se encontrará con las limitaciones clásicas, a saber: la limitación de su desconocimiento de los temas y la limitación de su incapacidad de valoración periodística de la información. Hasta las cuestiones sin importancia aparente, que serían soslayadas por un informador lego en la materia, no pasarían desapercibidas para el periodista experto en un área; en sentido contrario, los especialistas tienen más facilidad para reducir la montaña de vacuas infor-

maciones que llegan ininterrumpidamente a una redacción “ahorrando espacio y dinero” (Fontcuberta, 1992).

En la recogida de la información, el periodista especializado, al haber restringido su campo de actuación, se acerca mucho más, tanto física como mentalmente, al hecho informativo, lo que le permite ejercer sobre esta área una supervisión constante. Su mayor proximidad al hecho informativo le permitirá, incluso, prever los acontecimientos gracias a su dominio del contexto.

A las labores de *gatekeeper* y dentro de la recepción hay que añadir otra no menos importante: la relación con las fuentes informativas. Los periodistas median entre los que producen los hechos noticiosos y el público, y esa vinculación de los profesionales de la información con sus fuentes, siempre intencionadas, no es compatible a veces con la vinculación de los periodistas con sus lectores a quienes, en teoría, deben su quehacer profesional.

El periodista especializado puede, sin embargo, defenderse mejor de los promotores de información, ya que, “posee un conocimiento directo e inmediato de las distintas fuentes informativas dado su contacto permanente con ellas. Esto le facilita enormemente la labor de selección, control e identificación de las fuentes evitando así los posibles peligros de intoxicación informativa” (Esteve, 1988: 248). Orive y Fagoaga (1974: 76) afirman gráfi-

camente que los periodistas especializados “consiguen una capacidad peculiar de negociación con las fuentes”.⁹

La especialización bien entendida no es una parcelación del conocimiento ni un recorte en el saber del profesional, sino un valor añadido a su dominio de la profesión periodística. El periodista especializado es tan buen periodista generalista como el mejor de los periodistas generalistas, pero además tiene en su cuenta la especialización en un determinado campo, que le da ese valor añadido ahora primordial. Se resuelve así el falso enfrentamiento entre periodista generalista y periodista especializado, porque este último jamás ha dejado de ser un profesional *todo terreno*. La especialización no divide y resta, sino que suma y multiplica al haber del profesional.

Para un periodista especializado, periodista es el sustantivo y especializado es el adjetivo. Un buen periodista especializado es aquel periodista *generalista* que además se especializa en uno de los campos temáticos propios de los medios de comunicación. Al igual que es posible que esporádicamente un periodista *generalista* produzca textos periodísticos especializados, tampoco es inconcebible que un llamado periodista especializado produzca a veces textos no específicos del periodismo especializado.

Frente a los fallos de un periodista *generalista* —superficialidad, dispersión, rendimiento profesional ralentizado por su falta de

⁹ Del Moral y Esteve (1993: 115) también presentan al periodista especializado como fuente *secundaria*, que pone en contacto las dos fuentes primarias: los especialistas y la sociedad en general, en donde se incluyen también los especialistas en otros campos.

conocimientos, y un grado de fiabilidad escaso—, Orive y Fagoaga (1974) otorgan al periodista especializado las cualidades de concentración, serenidad, rigor científico, concreción, aprovechamiento óptimo de la actividad, un grado de fiabilidad absoluto, mayor productividad, aguda capacidad selectiva de los contenidos y una relación más personalizada con las fuentes en su trabajo.

Si antes el problema fundamental del periodista estribaba en la obtención de información, ahora son otros sus quehaceres: la selección de material, para ofrecer solamente lo que es importante en sí mismo o puede ser interesante para el público lector; la clasificación, para facilitar la localización del dato que se busque en cada momento, así como para permitir el tratamiento de cada tema por la persona o grupo más capacitado; la interpretación y valoración, para que ese mismo público pueda tener conciencia de su significado y trascendencia y finalmente la verificación para despojar a la información de sus posibles falsedades o inexactitudes.

Carmen Herrero (1997: 74) también habla de las características del periodista especializado: “Sabe documentarse; sabe buscar fuentes específicas, consultarlas y relacionarse con ellas; sabe valorar la relevancia del acontecimiento y cómo tratar específicamente esa información y, por tanto, puede dar un significado a los hechos, al ubicarlos en un contexto espacio-temporal adecuado”.

Por último, Serafin Chimeno (1997: 50) se refiere a los aspectos fundamentales que ha de dominar el periodista especializado: “1. control de la estructura de un área de saber especializado, es

decir de su demarcación precisa; 2. control de los códigos técnicos específicos de esa parcela concreta del conocimiento; 3. control de las audiencias en su diversidad de intereses, aspiraciones y necesidades diferenciadas, en relación a los contenidos propios de esa área de especialización; y 4. control de los códigos divulgativos en sus principales y diferentes niveles”.

Gracias a ese dominio que el periodista especializado tiene de un área específica y que combina con su dominio del periodismo, el periodista especializado se convierte en un luchador contra la especialización mal entendida.

Como experto en determinadas materias, el periodista especializado es capaz de entender la importancia de un hecho, de contextualizarlo y de darle la interpretación adecuada. Como periodista es capaz de transmitirlo a una audiencia en un lenguaje adecuado a ésta y teniendo en cuenta sus intereses. El cambio de la relación periodista-fuente, el dominio del contexto y el conocimiento de los intereses de la audiencia convierten al periodista especializado en el verdadero nexo entre los diversos sectores sociales del conocimiento y la sociedad en general, consiguiendo establecer un verdadero diálogo social.¹⁰

¹⁰ Todas las definiciones de Información Periodística Especializada inciden en el análisis y la interpretación de una realidad global, el uso del código adecuado y la necesidad de satisfacer las necesidades de la audiencia (V. Orive y Fagoaga, 1974; Orive, 1977 y Fernández del Moral y Esteve, 1993).

2.6. LAS AUDIENCIAS IPE

El periodista también debe especializarse en su audiencia; esto es, debe tener en cuenta en todo momento las necesidades y los intereses de la audiencia a quien se dirige. La información de un hecho es baldía si no se hace en función de unos receptores, cada vez más preparados y por tanto cada vez más exigentes respecto a los medios de comunicación.

Por lo tanto, si para un medio de comunicación generalista, la especialización por secciones o bloque se dirige a una audiencia amplia, no ocurre lo mismo con medios de comunicación especializados, donde el público también lo es. Un diario de información general tendrá como potencial a todos los públicos y hacia todos ellos debe dirigirse el periodista, entendiendo que ninguno es especializado en ninguna de las secciones; pero una publicación especializada en economía, por poner un ejemplo, tendrá como público potencial unos lectores especializados en economía y a ellos deben dirigirse los textos. El periodista especializado, en un caso o en otro, deberá escribir para un público distinto (generalista en el primer caso, especializado en el segundo ejemplo).

Cada público, cada bloque de audiencia considerado como un público concreto presenta unas características particulares y diferenciadas en relación a los contenidos propios de una área de especialización. El periodista, si quiere hacer efectivo su proceso de comunicación, tiene la obligación de identificar en profundidad la audiencia a la que hace destinataria de sus mensajes.

No se precisa pues la pretensión de que el mensaje llegue al mayor número posible de personas, sino sólo al mayor número posible de personas que forman parte de una audiencia en principio objetivable. Y esta audiencia no es universal, sino que debe ser entendida como fragmentada por diversas razones; una de ellas es la temática, pero hay otras.

El periodista debe estar cada vez más preparado para abordar las áreas de conocimiento que son las que interesan a los públicos. El periodista se convierte así en cauce de diálogo y unión entre la audiencia y el medio, al igual que antes se había convertido en el nexo entre fuentes y medio.¹¹

Por otro lado, hay que reivindicar para el periodismo especializado la necesidad de que sea útil, de que preste servicio a la audiencia, que no es sino otra forma de corroborar que el periodista elabora sus informaciones en función del público destinatario. Se trata del llamado periodismo de servicio: “dar lo relevante para la vida de la gente”, resume gráficamente Pilar Diezhandino (1997: 89). Para esta autora, se trata de “el periodismo entendido como dirigido, no a unos lectores en abstracto, atraídos por el afán de conocimiento de lo que ocurre, sino a unos usuarios de la información, consumidores de un producto que, como cualquier otro, implica unas satisfacciones muy concretas”.

¹¹ Sobre la función del periodismo especializado para evitar el alejamiento entre medios y audiencias, véase Del Moral y Esteve (1993: 159).

“No va a quedar más remedio, y en esa línea se está empezando a trabajar, si bien tímidamente, que hacer un periodismo que enfoque la información sobre aquello que pueda ser de interés, más que para los públicos, para los individuos de que se componen esos públicos. Buscar la respuesta a las necesidades personales. Responder a las preguntas que va haciéndose el lector en el transcurso de su vida.

“Una nueva manera de seleccionar la noticia y presentarla de acuerdo con el interés de la audiencia; que tenga en cuenta los intereses y necesidades reales de esa audiencia. Buscar la identificación con la audiencia más que su impacto o su sorpresa” (Diezhandino, 1997: 90).

También Mar Fontcuberta, que parte de los cuatro niveles propuestos por Chaffe y Berger, el intraindividual, el interpersonal, el organizativo y macrosocial,¹² plantea la necesidad del cambio en la producción periodística para adecuar el nivel de los temarios y que éstos se aproximen más al receptor:

“Una simple ojeada a los temarios de las distintas áreas de la prensa diaria de información general, (sobre todo en la denominada de elite o referencia dominante), telediarios o noticiarios radiofónicos, permite observar que la producción de las noticias se mueve mucho más en los niveles macro que en los micro (contrariamente a lo que sucede en otro tipo de prensa o programas más populares como la prensa del corazón). Aunque los niveles macro suelen ser importantes para el análisis global de un tema, los niveles micro lo acercan a un ámbito de empatía más próximo al receptor y ayudan a complementar la perspectiva” (Fontcuberta, 1997: 23).

2.6.1. Los avances tecnológicos: las ediciones

Los avances tecnológicos, como se verá más adelante, han acentuado la especialización de forma radical, porque también han acentuado la segmentación de audiencias y de contenidos: el mismo diario es distinto, por citar el ejemplo más importante para este trabajo, en una región o ciudad que en otra debido a las ediciones.

“Nunca en la historia del periodismo impreso, el factor tecnológico había conocido una importancia tan decisiva como en la actualidad. La prensa, anclada en sistema de producción industrial tradicionales, ha alcanzado un elevado grado de automatización y racionalización, convirtiéndose, de hecho, en un medio electrónico más durante el proceso de pre-impresión y que sólo pierde esta naturaleza cuando se transfiere al soporte físico, al papel.

“La integración de la informática y las telecomunicaciones permite un flujo informativo expansivo, sin limitaciones geográficas o de fronteras, con la posibilidad de transferir no sólo noticias y materiales gráficos, sino de productos pre-impresos acabados desde centros de producción a plantas remotas. Sin duda, una contribución indispensable para los grandes grupos de la comunicación con intereses en distintas regiones o países. A través de las redes especiales, la fibra óptica, los satélites de comunicaciones, etc., el periódico puede ser emitido o difundido hacia imprentas remotas, y, a la vez, permite que las redacciones se conviertan, cada vez más, en renovados centros de recepción dentro del gran sistema mundial de comunicaciones” (Díaz, 1992: 456 y 457).

¹² Véase más adelante el capítulo “La información cercana”, a partir de la página 58.

No se trata sólo de enviar noticias, sino de enviar también vía satélite o cable, las páginas, de información o de publicidad, acabadas e incluso con la posibilidad de ser retocadas en destino.¹³

“El soporte se diversifica y potencia, mediante ediciones diferenciadas, que se acercan así, en contenidos, a las distintas configuraciones específicas de los lectores, y se hace más flexible y eficaz en su distribución final” (Díaz, 1992: 457).

Esta segmentación de la audiencia a partir de la tecnología obligará al periodista especializado a tener en cuenta en todo momento quiénes conforman el público al que se dirige.

2.6.2. La publicidad por la especialización

No se puede dejar de mencionar la importancia que la especialización tiene para la publicidad. Los publicistas que anuncian una determinada mercancía sólo necesitan dirigirse a públicos determinados potencialmente compradores y no a todos los públicos incluidos los que jamás, dadas sus condiciones, se interesarán por el producto. Lógicamente, el publicista no aspira a llegar a una cantidad de público millonaria y pagar por ello, sino llegar a ese sector reducido de la clientela potencial y pagar menos por ello.

¹³ Ese destino, un día no muy lejano, no será una última redacción o una rotativa alejada, sino que será el propio receptor de los medios de comunicación, la audiencia, con lo que ésta dejará a un lado su actual pasividad. La audiencia podrá llegar a orientar y decidir cuáles es el mensaje. La interactividad de las nuevas tecnologías dejarán como atrasados los actuales mínimos “feedback”: cartas al director, derecho de réplica o llamadas telefónicas. La información se ha especializado, pero tiene a especializarse más tanto por parte del emisor como por parte del receptor.

“La revista *Scientific American* se hizo rica y popular vendiendo publicidad a fabricantes de instrumentos científicos que no podrían permitirse anuncios en una revista que tuviera un público mucho mayor. Cuando la revista llegó finalmente a tener ese público vio como sus anunciantes básicos se iban a la búsqueda de publicaciones que llegaran a técnicos de laboratorio, a investigadores científicos y a quienes hacen negocios con pequeños fabricantes de equipos sumamente especializados” (Smith, 1983: 177).

El propio Smith (1983: 176), entre bromas y veras, sugiere la cantidad ingente de especializaciones periodísticas que pueden darse dependiendo de numerosos factores:

“El aumento de las asociaciones profesionales dentro de cada especialidad lleva a que las listas de afiliados puedan ser utilizadas para envíos por correo. La computerización de las listas de miembros en iglesias y otras asociaciones, así como de las revistas, ayuda a los editores a identificar públicos determinados en los cuales concentrarse (...) Puede haber tantas revistas como públicos que los editores lleguen a identificar. Si fuera posible comprar una lista de suscripciones con los nombres de quienes sean fabricantes de caramelos, tengan una sola pierna y sean católicos —se ha dicho— podrían encontrarse anunciantes que financien una revista para ellos”.