# *Prólogo*

«Danger! Numbers in the Newsroom!»…

Algo parecido exclamaron un grupo de veteranos periodistas que asistieron allá por 2004 a un seminario organizado por El País con Philip Meyer como estrella. No era para menos. El genio del «periodismo de precisión» (epíteto o pleonasmo, como ustedes prefieran) había comenzado su intervención con fórmulas de estadística, algo que levantaba ampollas si no terror entre los presentes. Acostumbrado a esas caras de perplejidad, Meyer explicó que era imposible que un periodista pudiese analizar cifras, balances, etc., sin tener una sólida base matemática. En realidad, el profesor venía a decir lo de siempre, que es inadecuado acercarse o interpretar una fuente sin dominar el campo en el que se trabaja, sin haber estudiado previamente.

Era evidente, pues, que Meyer no veía futuro en el periodismo de improvisación y muchísimo menos en el periodismo de declaración que parece hoy ser la moda o la obligación (por los tiempos) de muchos medios informativos. La especialización de los periodistas es vital para que se pueda alcanzar esa deseada «independencia» o «visión particular» que la sociedad demanda de los profesionales de la información: su interpretación. Porque los grandes periodistas, como buenos historiadores o notarios del presente que son, no se conforman con el mero seguimiento sistemático o convulsivo de la actualidad. Como bien expresa el catedrático Javier Fernández del Moral en su clásica obra sobre el periodismo especializado, el buen periodismo ha sido el que se ha negado a caer en la tentación de relativizar todo discurso bajo el amparo de la complejidad y atomización del conocimiento contemporáneo. La sociedad necesita respuestas o al menos comprender lo que está pasando, y ahí deben hacerse un hueco los periodistas.

Con ese fin la Universidad Complutense de Madrid ofreció a sus estudiantes, a partir del curso 1975/1976, la materia Información Periodística Especializada, asignatura que llevó el mismo nombre en el primer plan de estudios de Periodismo de la Universidad CEU Cardenal Herrera, plan decano de la Comunidad Valenciana. Algo que, por otra parte, no era nuevo, pues ya en la mítica Escuela de El Debate, el primer centro dedicado a la formación de los periodistas de nuestro país, se ofrecían materias que adelantaban esta especialidad en las denominadas «asignaturas especiales».

Y con ese mismo espíritu se configuró desde el Departamento de Comunicación e Información Periodística de la Universidad CEU Cardenal Herrera la asignatura o materia (va por modas) de Áreas de Especialización Periodística en el nuevo Grado de Periodismo. Un espacio donde los alumnos tuviesen un encuentro directo con profesionales y expertos de los medios de comunicación para que a través de seminarios y talleres prácticos, como si de un máster se tratase, conociesen algunos campos de especialización periodística fruto de la experiencia. Un libro de periodistas para periodistas; un libro que pretender ser un nexo entre el oficio y la academia, entre los veteranos y la nueva cantera. Algo que por desgracia se está perdiendo en nuestra profesión por «urgencias presupuestarias» o «cambios de modelo».

En definitiva, un trabajo, que, como la materia, intenta desarrollar las habilidades y aplicaciones prácticas de la ciencia informativa. Para comprender lo que siempre ha sido básico en el periodismo (encontrar, valorar, analizar y transmitir información) en sus distintas ramas o especialidades. Porque si no lo logramos, poco futuro tendrán los profesionales de la información en este nuevo escenario global de eso tan feo (permítanmelo, no puedo evitarlo) que ha pasado a denominarse «periodismo ciudadano» o «periodismo en la red».

Desde la facultad queremos agradecer este esfuerzo a sus actores. A Maite Mercado, Mª José Pou, Cristina Rodríguez, Julio Monreal, Fernando Álvarez y José Luis Torró, todos ellos profesores del CEU-UCH. A José Francisco Serrano Oceja, buen amigo y decano de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad CEU San Pablo, nuestra matriz. También a Rafael Carrasco, de la Universidad Complutense. Y cómo no a Elsa González, presidenta de la FAPE y profesora de radio de la Universidad CEU San Pablo. Muchas gracias, Elsa, por el empeño que pones en dignificar y mejorar la profesión. Por último y de manera muy especial, a Bernardino Cebrián y Luis María Mirón, director de departamento, por la feliz idea de ofrecer este manual configurado e ideado para todos aquellos que son o quieren ser periodistas, verdaderos protagonistas de esta historia.

He empezado con Meyer y quiero terminar con una cita de este periodista: «Si quien empieza a leer esto es un periodista o tiene intención de llegar a serlo no debe olvidar lo siguiente: se está elevando el listón de lo que se requiere para convertirse en periodista». Al menos para los que de verdad quieren vivir de ello y por ello, añadiría yo. Ojalá este libro sea de gran utilidad para todos.

Elías Durán de Porras
Decano de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Información
de la Universidad CEU Cardenal Herrera.

# *Presentación: Periodismo especializado, un oficio cargado de futuro*

El periodismo especializado es sinónimo de calidad. La especialización añade un plus de conocimiento y de rigor que proporciona esa característica de servicio que posee la profesión. Además ofrece una imagen de marca que acredita a cualquier medio de comunicación, ya sea en soporte de papel, digital o audiovisual.

El periodismo es una misión que precisa sustentarse cada día, con tantas dosis de vocación como de rigor, de ética y de humanidad.

Y la información constituye un derecho y un bien social que necesita profesionales para no ser manejada como una mercancía. Estas premisas marcan, a mi juicio, los conceptos básicos tanto de la vieja como de la nueva Sociedad de la Información.

La crisis que atravesamos está cambiando nuestro entorno en el orden económico, político y, por supuesto, social. Está modificando, incluso, la percepción de las cosas. Y el mundo mediático no se ha quedado al margen.

Nos hallamos en una nueva Era de la Comunicación. La tecnología ha creado y transformado soportes y el periodista trabaja con herramientas que no hubiera soñado hace tan sólo unas décadas. Sin embargo, esos elementos éticos siguen tan vigentes como el primer día. Por eso, el periodismo continúa siendo la base de las libertades y la credibilidad su razón de ser. Y la información especializada constituye la mejor muestra de rigor. Desde la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) apostamos por la formación y el compromiso del periodista con la verdad como fuente de calidad.

La innovación tecnológica ha perfilado a un nuevo receptor. En la actualidad el destinatario de la información es más exigente, reclama estar informado permanentemente y en todos los ámbitos de la vida. El conocimiento junto a la capacidad de divulgación hace fácil lo complicado, pero sin rebajar la calidad ni el rigor científico.

Receptor y emisor no están tan alejados. Internet ha logrado el acceso pleno del ciudadano a los medios de comunicación. Un hecho que ha transformado nuestro oficio, y que ha provocado que el periodismo sea más necesario que nunca. Porque la información fluye masivamente a través de internet sembrando desconcierto. Sin olvidar la confusión que están provocando en la sociedad las redes so-

ciales, estructuras sumamente útiles, pero que nada tienen que ver con los medios rigurosos y profesionales que elaboran los periodistas.

El periodismo especializado permite un mejor control del poder, contrasta fuentes, contextualiza mejor los hechos, difunde conocimiento y garantiza investigación, seguramente el rasgo que permite fortalecer la democracia.

Elsa González Díaz
Presidenta de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España

1.

# *Introducción a las áreas del periodismo*

*Rafael Carrasco Polaino*

> La especialización periodística es, junto con las innovaciones tecnológicas, uno de los fenómenos más significativos del periodismo actual. Por una parte, los usuarios demandan, cada vez más, una información que no se limite a una mera exposición narrativa de los hechos sino que profundice en las causas y consecuencias que se pueden derivar de los mismos. Se trata de una exigencia originada por un planteamiento más interactivo de la comunicación en el que adquieren una especial relevancia los sujetos receptores del mensaje. Por otra parte, las propias empresas informativas son conscientes de las necesidades reales de los usuarios y las posibilidades que ofrecen las tecnologías de la información.
> De todo ello se deduce la exigencia formativa de los nuevos profesionales de la información que tienen que hacer frente a este reto de la especialización periodística. El periodista «generalista» va dejando paso al periodista «especializado» que sepa utilizar adecuadamente los instrumentos informativos necesarios para una mejor transmisión de mensajes específicos (Esteve Ramírez, 1997).

El fin social del periodismo, relacionado con las funciones de informar, formar y colaborar en que la sociedad tenga una opinión crítica de las realidades que les afecta, enriqueciendo así la democracia, es uno de los motivos principales del surgimiento del periodismo especializado. Una de las causas por las que los medios de información decidieron incentivar a que sus periodistas se especializaran en áreas temáticas, proporcionando así a sus lectores una información de más calidad y mayor utilidad.

## *1.1. Antecedentes históricos*

El origen del desarrollo y aplicación del periodismo especializado en la prensa puede situarse en el florecimiento de la prensa de masas, durante el siglo XIX. Hasta el momento la prensa se dirigía a un sector de la sociedad acaudalado y con formación, eminentemente masculino. La información periodística era principalmente de temática política o económica, predominando la primera.

Tradicionalmente, la historia del periodismo se ha dividido en dos épocas separadas por el año 1850. El periodismo se estudia en relación a antes y después de

1850. Los años anteriores se consideran como antecedentes del periodismo. Los años posteriores se consideran la verdadera historia del periodismo tal y como nos ha llegado a la actualidad. El motivo de escoger esta fecha tiene relación con ciertos acontecimientos históricos que afectarán de forma drástica a la sociedad en general y al sector de la información en particular. El periodismo especializado tiene su desarrollo por tanto, durante esta segunda etapa.

El surgimiento de esta nueva forma de plantear el periodismo aparece en un momento marcado por las revoluciones sociales de la primera mitad del siglo XIX. Se crean las bases de la nueva sociedad industrial con la concentración en las grandes ciudades de relevantes cantidades de población. Comienza el desarrollo de la publicidad como estrategia comercial y de marketing, permitiendo las grandes tiradas de periódicos basadas en las nuevas tecnologías. La prensa se abre a cuestiones más universales debido, sobre todo, a la aparición de los Estados Unidos como nuevo agente del panorama internacional. En 1836, *Le Presse* publica en Francia los primeros anuncios publicitarios. Sin embargo, es en 1851, coincidiendo con la exposición de Londres, cuando se convierten en algo masivo. Aparece en escena la primera agencia de publicidad, fundada por Walther Thompson en 1864. A partir de este momento comienzan a crearse de forma masiva estas agencias de publicidad, permitiendo mejores relaciones comerciales entre los periódicos y los anunciantes. *Le Societé des Anunonces*, una de las más importantes agencias, dará lugar a la conocida agencia de noticias *France Press*, ejemplo de la sinergia de fuerzas entre la publicidad y la prensa.

Otro factor que debe destacarse es la gran evolución que aparece en materias de transporte y comunicaciones, factores íntimamente relacionados con la difusión de las noticias y con el periodismo (Fernández del Moral y Esteve Ramírez, 1996).

### *1.2. Del periodismo ideológico al periodismo especializado*

El periodismo ha atravesado por tres etapas en las democracias occidentales, según Martínez Albertos: el periodismo ideológico, el periodismo informativo y el periodismo de explicación. La primera etapa es característica del periodo de entreguerras. En este caso se entiende un tratamiento de la actualidad más inclinado al comentario y a la opinión que a la detallada y aséptica exposición de los hechos; un periodismo que actúa con fines partidistas y que somete cualquier realidad informativa a la variedad de sus opiniones previas. Se trata también de un periodismo que en los primeros años del siglo XX se puede calificar de literario, por el espacio que se le concede a los columnistas y articulistas de prestigio, encargados de los nuevos comentarios que refuercen la particular visión del mundo de su empresa.

En una segunda etapa el periodismo informativo surge como antagónico del anterior. Intenta deshacerse de la dependencia de «idearios». Declara un interés estricto por contar los hechos y pregona que las opiniones son libres y privadas de cada lector. Por encima de todo sólo aspira a contar los datos del aconteci-

miento, cuanto más actuales e insólitos mejor. Con este tipo de periodismo surge el interés por los reportajes de viajes o por conflictos en el extranjero, la figura del corresponsal de guerra, etc. No se intenta ganar adeptos para una causa, sino ganar audiencia, lectores, frente a la competencia.

El periodismo de explicación, última de las etapas y, antecedente directo del periodismo especializado, recibe un gran impulso como consecuencia de la expresión de la «teoría de la responsabilidad social». Esta teoría se desarrolla y aplica al periodismo a mediados de los años cuarenta del siglo XX, cuando se reúne en Estados Unidos la *Freedom Commision of the Press*, integrada mayoritariamente por personalidades del mundo académico, para analizar y decidir sobre el papel y función social de la prensa.

La conclusión de este foro se resume en:

> Es deber del periodismo, tanto radio como medios impresos el proporcionar un relato de los acontecimientos diarios verdadero, comprensivo e inteligente, en un contexto en el que quede claro el significado de tales hechos. La prensa debe servir como foro de intercambio de críticas y comentarios; debe dar una imagen representativa de los grupos que constituyen la sociedad y, debe ayudar a la presentación y clarificación de las metas y valores sociales y proporcionar libre acceso a los hombres inteligentes del momento. Como misión fundamental, la prensa contribuirá a trasladar los conflictos sociales del plano de la violencia al de la discusión (Rivers & Schramm, 1969).

Las críticas que el periodismo había recibido por su concepción previa a la teoría de la responsabilidad social se encuentran resumidas en:

- Los *mass media* han acaparado un enorme poder para emplearlo en su propio provecho. Los propietarios han divulgado sus opiniones particulares, sobre todo en política y economía, en detrimento de las opiniones contrarias.
- Los *mass media* han sido los servidores de los grandes intereses económicos y, en ocasiones, han permitido que los anunciantes dictasen la política editorial y el contenido de los medios.
- Los *mass media* se han resistido al cambio social.
- Los *mass media* han otorgado a menudo mayor atención a lo superficial y a lo sensacionalista que a lo significativo, en el reportaje de los asuntos humanos, e incluso los mensajes de entretenimiento han carecido de sustancialidad.
- Los *mass media* han puesto en peligro la moral pública.
- Los *mass media* han invadido la privacidad de los individuos sin causa justificada.
- Los *mass media* han estado controlados por la llamada «clase negociante» mientras que el acceso a los medios es difícil para nuevos participantes. Por ello, el mercado de ideas libre y abierto está en peligro.

Este periodismo interpretativo o de explicación pretende paliar las supuestas carencias de una exposición meramente informativa y escueta de los hechos. Sin abandonar la idea de que las opiniones de los periodistas no deben interferir en

la narración de los hechos, los defensores de este tipo de periodismo buscan dar una explicación al dato, intentan presentar el contexto del suceso y documentarlo (Fernández del Moral y Esteve Ramírez, 1996).

Con el avance de los años, durante el siglo XX el número de lectores aumenta rápida y exponencialmente y, cada uno de ellos, muestra unos intereses, unas inquietudes y unas necesidades diferentes. Por otro lado, el desarrollo de las comunicaciones permite a los medios difundir informaciones de lugares lejanos con mucha más facilidad.

En el momento en el que los medios de información comienzan a diversificar sus áreas temáticas y sus área geográficas, se hace necesario que surja un perfil de profesional de la información experto en cada uno de estos ámbitos. Un periodista que conozca los ritmos, las fuentes y sobre todo, sea capaz de desarrollar una muy necesaria labor de manipulación positiva, transformando una terminología y vocabulario específico en un lenguaje que cualquier lector medio pueda comprender.

El periodismo especializado traducido a la lengua inglesa tiene como análogo el término *beat reporting*. El término *beat* hace referencia a los paseos de vigilancia que puede hacer un policía a lo largo de la noche. Lo que conocemos como «hacer la ronda».

Se puede describir como la capacidad de elaborar informaciones y contar historias con profundidad sobre un tema, una organización o un sector en particular.

Los *beat reporters*, periodistas especializados, tienen una amplia base de conocimientos y están muy familiarizados con el tema que tratan, lo que les permite informar con mucho más rigor y de forma mucho más profunda. Esto les distingue de periodistas más generalistas que anteriormente cubrían ciertos hechos noticiosos de diferente índole.

El periodismo especializado se puede justificar a través de las implicaciones del «análisis fundacional de los medios» desarrollado por el sociólogo Charles Wright, quien en la obra *Comunicación de masas* (Wright, 1959) indica las cuatro funciones básicas de los medios de comunicación:

- Supervisión: recoger y difundir datos informativos sobre hechos de actualidad.
- Correlación social: interpretar las informaciones e indicar la forma de reaccionar sobre ellas. Se trata del análisis interpretativo de la realidad.
- Transmisión del patrimonio cultural: difusión del conocimiento de valores y normas sociales a lo largo del tiempo. Se trata ésta de una función eminentemente educativa.
- Entretenimiento: aspectos relacionados con el tiempo libre y el ocio.
- En esta clasificación presentada por Wright, el autor da mucha importancia a dos áreas de especialización: la educación y el entretenimiento, algo que puede estar presente en todos los aspectos de la vida (Seijas Candelas, 2003) y del producto informativo.

### *1.3. Concepto de información especializada*

La información especializada puede definirse en un primer acercamiento como:

> Aquella estructura que analiza la realidad, proporcionando a los receptores una visión del mundo lo más acabada posible, acomodando el lenguaje utilizado al nivel propio de la audiencia del medio y profundizando en los intereses y necesidades de dicha audiencia. Se trata de un servicio a la sociedad, basado en el continuo reflejo de los diferentes estados de la opinión pública.

El periodista especializado diagnostica los problemas de la sociedad actual, dentro de su propio campo de especialización, discute las posibles soluciones a esos problemas y contribuye a fomentar la conciencia crítica de los receptores y a incrementar el conocimiento mutuo, requisitos indispensables para que pueda producirse una auténtica participación en la pluralidad. Su forma de proceder para lograr estos fines consiste en ofrecer todos los elementos de juicio posibles, mostrando las diversas tomas de posición respecto a las diferentes cuestiones de la actualidad política, social, económica, deportiva, etc. En resumen, proporcionando al receptor una información total en el área determinada de su especialización.

Que la información especializada sea más completa o precisa no tiene que presuponer que sea más extensa, sino que equilibra la cantidad de palabras con la calidad a la hora de su tratamiento, ofreciendo datos de mucha utilidad para la reflexión. Cuando una redacción de un medio de información está formada por especialistas, con áreas delimitadas, tiene más capacidad de extraer las informaciones superfluas e innecesarias que pueden llegar constantemente a la organización, ahorrando recursos de capital, tiempo y humanos.

Por la saturación informativa con la que se convive en la actualidad, el periodista especializado debe convertirse en un selector de informaciones de confianza, cuyo tratamiento de las informaciones que decide elaborar sea de la más alta fiabilidad. Debe mantenerse apartado del sensacionalismo y contribuir de manera eficiente al desarrollo del diálogo entre el medio de información y los lectores. Una necesidad fundamental para la supervivencia de las empresas informativas (Seijas Candelas, 2003).

Tras esta descripción se puede obtener como conclusión en una sola máxima que el periodismo especializado permite arrojar luz sobre los temas más oscuros.

Dos son los objetivos que favorecen el desarrollo del periodismo especializado: por un lado la necesidad de que el profesional conozca y pueda seguir el ritmo informativo de su especialidad. Conocer las agendas y los protocolos de forma que no pierda ningún hecho noticioso. El segundo objetivo principal consiste en conseguir informaciones a través del desarrollo de las fuentes, que les cuentan no sólo lo que está pasando hacia afuera, sino lo que ocurre en el interior, en aquellas zonas que no son accesibles para ciudadanos ni periodistas. De esta forma tiene una visión más profunda y global y, le permite ofrecer mejores informaciones.