

## EL NOU IMPULS DEL PERIODISME ESPECIALITZAT

MONTSERRAT QUESADA I PÉREZ

Des del trasllat dels estudis de periodisme a l'àmbit universitari —en els inicis dels anys setanta—, el periodisme especialitzat ha estat una de les matèries més desateses dels plans d'estudi. Amb el caràcter optatiu, s'ha impartit sempre en el segon cicle de les facultats anomenades «de ciències de la informació» o «de ciències de la comunicació» o, simplement, «de periodisme», però sense atorgar-li la rellevància i el lloc preponderant que, en canvi, ocupava i encara ocupa en la pràctica professional dels mitjans. La realitat social i periodística entorn de la qual, en els darrers anys, s'ha desenvolupat aquesta àrea docent ens imposa —als que ens dediquem a les tasques docents i teòriques— l'objectiu pedagògic inajornable d'adequar la sortida professional dels futurs llicenciats en periodisme a la demanda majoritària, provinent dels mitjans de comunicació, de periodistes especialitzats. Aquest objectiu passa inevitablement per convertir el periodisme especialitzat en matèria troncal o obligatòria per als que en el futur exerciran de periodistes.

Entenem per *periodisme especialitzat* la matèria que fixa els seus objectius en la metodologia periodística especialitzada que permetrà assolir els tres nivells d'especialització existents en el món professional: de continguts, per sectors d'audiència i per mitjans de comunicació. La finalitat bàsica i prioritària d'aquest ensenyament no és cap altra que reduir al màxim el buit inevitable que sovint es produeix entre teoria i pràctica, és a dir, des dels estudis universitaris fins al treball professional.

L'objectiu principal de les matèries que s'integren dins el periodisme especialitzat serà, en línies generals, potenciar i desenvolupar l'aplicació dels coneixements genèrics que els alumnes adquireixen en un primer cicle d'estudis, tant si l'han fet sobre periodisme com si l'han fet sobre qualsevol altre àmbit del saber científic, per orientar-los cap a l'especialització periodística o pràctica professional que, en els darrers anys, s'ha començat a demanar d'una manera insistent des de tots els mitjans de comunicació.

## Necessitat de l'especialització

La realitat mediàtica actual ha fet cada cop més evident la necessitat de considerar amb serietat el fenomen de l'especialització dins dels plans d'estudis de periodisme. L'assentament en les últimes dècades d'una veritable era de la informació, fruit de les ràpides transformacions socials i el progrés tecnològic de les societats avançades, ha conformat un nou sistema informatiu articulat entorn del canvi d'orientació dels clàssics mitjans de comunicació. Propers a la saturació del seu camp comunicatiu, a causa, en gran part, de la multiplicació geomètrica d'un tipus d'informació de caràcter uniforme, els nous mitjans s'han vist obligats a enfocar la seva tasca cap a un aprofundiment qualitatiu, reflectit progressivament en una cada cop més gran especialització temàtica i metodològica en el tractament de la informació, al mateix temps que ha tingut lloc una gran eclosió de publicacions de caràcter específicament especialitzat.

Aquesta transformació sorgeix com a resposta a la creixent complexitat i especificitat de les tasques socials —l'oci apareix representant-hi un destacat paper, junt amb el desenvolupament vertiginós de la indústria i els serveis— i a la seva consegüent demanda: la necessitat que els mitjans de comunicació accomplixin la funció d'instruments integradors del coneixement, capaços de reflectir amb fidelitat l'ordre econòmic, polític, social i cultural establert, i siguin alhora elements clau per a la seva comprensió, desenvolupament i manteniment.

El marc de realitat en el qual l'eclosió del periodisme especialitzat ha configurat una nova pràctica professional i teòrica del que en els darrers temps s'havia entès per periodisme ha estat, inevitablement, el configurat per les societats postindustrials, les característiques intrínseques de les quals han operat com la base necessària per tal que el periodisme especialitzat sigui ja la pràctica preponderant i generalitzada en tots els mitjans de comunicació. Entenem aquí les societats postindustrials en el mateix sentit que, ja fa alguns anys, varen ser definides per Niklas Luhmann,<sup>1</sup> a partir dels seus cinc trets més diferenciadors: a) un enorme increment del coneixement sobre fets de la vida i les condicions interactives de tots els homes; b) un saber científic universalment disponible, de la mateixa manera que també estan disponibles els avenços de la tecnologia; c) una opinió pública mundial que incorpora temes des de l'angle de la novetat i els tradueix en fites per al comportament dels receptors de la informació; d) una interacció de l'activitat econòmica, i e) una civilització del viatge en la qual un home amb educació urbana sap què ha de fer en qualsevol lloc del món on es trobi.

1. Citat per LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban; ORIHUELA, José Luis, [ed.]. *La responsabilidad pública del periodista*. Pamplona: EUNSA, 1988, pp. 129-130.

L'augment del nivell de culturització social, i també la major quantitat de temps d'oci —d'una manera o altra, socialment instructiu— de què es disposa actualment, han configurat una audiència especialment selectiva que ha acabat deixant obsolet el concepte d'*audiència de masses*. Com diu Patten,<sup>2</sup> «els nous mitjans de comunicació s'adrecen a audiències selectives i segmentades, i això planteja la qüestió de si poden continuar denominant-se "mitjans massius" o no».

En una clara tendència al retorn de l'individualisme, els antics integrants de les audiències de masses es mostren ara inclinats a percebre's a si mateixos com a integrants de grups socials o, en tot cas, de grups d'interès definit. La inevitable resposta conjunta, que els mitjans de comunicació estan donant en contrapartida a aquest fenomen, s'ha adreçat cap a la satisfacció d'aquests mateixos interessos concrets oferint continguts cada cop més especialitzats.

El canvi de paradigma que significa el pas d'una informació general a una informació especialitzada s'inscriu, en paraules de la professora Amparo Tuñón, «en la superació d'una era de la cultura de masses pròpia de la societat industrial, en una època en la qual, com assenyala la postmodernitat, conviuen i coexisteixen diverses formes culturals i diferents models comunicatius».<sup>3</sup>

Actualment no solament cal entendre una realitat creixement complexa per raons tecnològiques, científiques o demogràfiques, sinó que cal donar resposta també a unes audiències que cada cop tenen un domini més gran de la informació que afecta els seus camps d'interès. A aquesta conclusió ja arribava l'any 1979 el director general adjunt de la United Newspapers Ltd. i president de l'anglès Yorkshire Post and Evening Post Ltd. Leeds, Mr. Linacre, en exposar el seu punt de vista sobre aquesta qüestió davant el XXXIV Congrés de la Federació Internacional d'Editors de Diaris i Publicacions (FIEJ), celebrat a Madrid. La seva afirmació era, tot i que força escèptica, rotunda:

Si responem als desitjos dels nostres clients amb edicions diversificades, publicant seccions d'interès especialitzat [...], cobrint els interessos del nombre, segons que sembla creixent, de "minories" [...], els diaris es convertiran en una part indispensable de les seves vides.<sup>4</sup> Deu anys

2. PATTEN, D. *Los periódicos y los nuevos medios de comunicación*. México: Prisma, 1988, p. 66-67.

3. TUÑÓN, Amparo. *Proyecto docent*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1989, p. 5.

4. LINACRE. *Cómo desarrollar la cifra de lectores y la difusión*. Ponència recollida en el núm. 5 d'AEDE. *Publicación de la Asociación de Editores de Diarios Españoles*. Madrid, juliol del 1981, p. 13-18.

més tard, el 1989, la reunió anual d'editors de periòdics nord-americans arribava a conclusions similars que s'adreçaven cap a la necessitat d'«oferir als lectors el que realment desitgen llegir i no el que els editors pensen que el seu públic potencial necessita saber o allò pel que està —pensen ells— interessat: els lectors estan interessats per tot allò que els afecti directament i que tingui a veure amb les seves vides quotidianes».<sup>5</sup>

## Segmentació de les audiències

Són moltes les veus que, des de diferents sectors professionals i acadèmics, s'han anat manifestant en el mateix sentit en els darrers temps. El professor de redacció periodística Llorenç Gomis argumentava que «el periòdic viu mentre troba públic suficient, i per viure s'adapta a allò que creu que són necessitats del seu públic».<sup>6</sup> També la professora de periodisme especialitzat Mar de Fontcuberta conclou que «sembla, doncs, clar que la crisi de continguts que pot observar-se en els mitjans es deu en part a una manca d'adequació entre el material informatiu que ofereixen i els interessos d'un públic en general i de diferents públics en particular; i també l'adopció d'una sèrie de rutines professionals que vicien aquesta oferta».<sup>7</sup>

Per tothom és ja una realitat àmpliament verificada la creixent complexitat dels continguts informatius que es transmeten a través dels mitjans de comunicació. Les més recents fórmules d'èxit dels telenotícies, per exemple, inclouen la presència —en viu i en directe— de periodistes especialitzats per explicar, amb un llenguatge divulgatiu, assequible i planer, els titulars d'actualitat anunciats pels conductors d'aquests programes informatius.

Junt amb aquesta creixent especialització en àmbits molt concrets, persisteixen, no obstant això, extensos àmbits informatius, d'un gran pes específic en la informació mundial, que encara no estan donant una resposta satisfactòria a les seves audiències naturals a través d'una premsa adequada i suficientment especialitzada. Alguns autors justifiquen aquesta manca d'encaixament al·legant que els bruscos canvis produïts en els interessos de les audiències no han donat encara temps als professionals de la informació

5. Citat pel periodista de *La Vanguardia*, Vladimir de SEMIR, en la ponència «El impacto del periodismo científico o el equilibrio entre el saber y el poder», presentada en el Simposi Internacional sobre Periodisme Científic, celebrat a Barcelona el 30 de maig de 1990, i publicada en les monografies de la Fundació Doctor Antonio Esteve, Barcelona, 1991.

6. GOMIS, Llorenç. *El medio media*. Barcelona: Mitre, 1987, p. 87.

7. FONTCUBERTA, Mar de. *Proyecto docent*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació, 1992, p. 37-38.

per oferir la resposta que se'ls demana. Entre ells, la professora Fontcubera explica aquests inicis un xic confusos del periodisme especialitzat amb una descripció molt colorista i ben ajustada a la realitat social:

Els periòdics s'han vist obligats a augmentar el nombre de planes i ampliar el seu contingut fins a arribar a aquestes muntanyes de paper (estil *New York Times*) i informar sobre tots els aspectes de la vida que puguin afectar els seus lectors (casa, jardineria, estils de vida, educació, jocs, etcètera). Amb això els periòdics pretenien cobrir un dels objectius de la informació periodística especialitzada: fer periodístics fenòmens de la realitat social que no havien arribat a aquesta categoria. Però, i amb totes les excepcions que es vulguin, el resultat ha estat tot un altre: el que s'ha ofert com a seccions especialitzades no han estat en molts casos més que uns gegantins calaixos de sastre en els quals la suma més o menys coherent d'informacions d'un mateix àmbit, junt amb alguns comentaris sobre aquesta qüestió i un article editorial, pretenia assolir la categoria d'una informació periodística especialitzada.<sup>8</sup>

Les causes d'aquestes deficiències, i altres absències encara per resoldre —per exemple, l'absència d'un autèntic periodisme especialitzat en sanitat o en medi ambient o en consum, etcètera—, cal cercar-les, el primer lloc, en les dificultats de comunicació que habitualment persisteixen entre les fonts d'informació d'aquests àmbits específics i els periodistes. Vint anys enrera, Pedro Orive i Concha Fagoaga, teòrics pioners en el camp de la investigació dels continguts especialitzats en els mitjans de comunicació, ja apuntaven cap a la necessitat d'incorporar i potenciar la presència dels periodistes especialitzats en les modernes empreses periodístiques: «els “especialistes”» —deien— «incrementen el *poder de filtració* en l'actualitat i aconseguen una capacitat peculiar de *negociació amb les fonts*, ignorades ambdues fins aleshores, i obren conseqüentment insospitades fronteres a la informació. La competència tradicional de velocitat per trobar la “primícia” informativa, químicament pura en allò que és noticable, es veu acompanyada per les competències de relació amb les fonts, domini dels contextos i arxiu. El periodista entès així obté amb el temps la condició d'autèntica font receptora personal».<sup>9</sup>

## La resposta acadèmica

En segon lloc —i aquí no podem escapar de la part de responsabilitat que ens correspon com a docents del periodisme—, encara tenim molt poc

8. FONTCUBERTA, Mar de. *Op. cit.*, p. 39-40.

9. ORIVE, Pedro; FAGOAGA, Concha. *La especialización en el periodismo*. Barcelona: Mitre, 1974, p. 65-76.

rodatge pel que fa a la docència del periodisme especialitzat i el seu reflex en els nous plans d'estudis. Però el fet que ja en totes les facultats de periodisme s'atorgui a aquesta matèria un lloc predominant i de troncalitat és un pas de gegant cap a l'articulació d'una matèria universitària, molt complexa per la seva diversitat temàtica, que tingui la seva exacta importància en la satisfacció de les demandes professionals actuals i permeti als futurs professionals de la informació accedir a la formació necessària per desenvolupar en endavant una adequada i especialitzada tasca periodística, d'acord amb els temps que corren avui en dia. Coincideix també en aquesta opinió la professora Fontcuberta, quan assegura que «el periodista del final del segle XX necessita una formació superior a la d'èpoques anteriors. No en té prou amb posseir un sentit innat de la notícia, ni amb elaborar els seus millors escrits en contra de la urgència del temps. El periodista d'avui ha de tenir uns coneixements teòrics i tècnics que el capacitin com a expert en comunicació dins d'una àrea concreta de la informació periodística».<sup>10</sup>

L'estructura docent de les nostres facultats de periodisme ha estat, fins a dates molt recents, molt limitada en aquest terreny. Com a exemple extrapolable a la resta d'universitats espanyoles, puc referir-me a la Universitat Autònoma de Barcelona, en la qual he estat professora durant deu anys. Fins al 1992, l'assignatura d'«informació periodística especialitzada», que és l'equivalent a la que ara anomenem «periodisme especialitzat», s'ha impartit com una matèria optativa i referida sempre a una especialitat periodística concreta. Això vol dir que sota aquest títol s'han anat impartint classes de periodisme polític, periodisme científic i tecnològic, periodisme i literatura, periodisme cultural, etcètera, amb les quals s'ha pretès oferir als estudiants un mínim ventall d'opcions entre totes les especialitats periodístiques possibles, malgrat que aquestes —i assumeixo en aquesta crítica la meua part de responsabilitat— no sempre han coincidit ni amb les necessitats reals de la professió ni amb els interessos particulars de l'alumnat. Per exemple, mai no s'ha fet un curs específic de periodisme econòmic, especialitat que en els últims cinc anys ha passat a ser la més demanada i una de les de més pes específic dins del conjunt de l'actualitat informativa, ni un curs de periodisme internacional, especialitat que també en els últims anys ha passat a ocupar diàriament les portades dels grans rotatius.

Afortunadament, els nous plans d'estudis aprovats pel Ministeri d'Educació i Ciència l'any 1992 han sabut reflectir amb força exactitud aquesta problemàtica. Ara ja podem dir que el periodisme especialitzat és una matèria troncal en totes les facultats de periodisme. El contingut, però, d'aquesta troncalitat es manté diferenciat segons les universitats en què

10. FONTCUBERTA, Mar de. *Op. cit.*, p. 50.

s'imparteixi. En el que, en canvi, sí que coincideixen totes és en el fet que cal prioritzar l'objecte d'estudi de la metodologia periodística especialitzada, per tal de fixar les bases tècniques i metodològiques que permetin als alumnes accedir a qualsevol especialitat periodística amb un bagatge metodològic sòlid, indispensable per obtenir una visió àmplia, documentada i pragmàtica del complex món informatiu en el qual després s'hauran d'esforçar per trobar feina.