

TEMA 2. ÁREAS DE ESPECIALIZACIÓN

1. Definición de área especializada

Se entiende por área de especialización un campo concreto de la información dentro del cual un periodista tiene capacidad para desarrollar su trabajo de forma fiable, pero con una estrategia operativa. Para ello cualquier área de especialización tiene que tener una dimensión planificada (determinar cuáles temas se tratan, campos sobre los que se tiene que tratar) para que el periodista pueda tratarla entera.

En todas las áreas especializadas hay una parte común y otras características que la singularizan. La parte común es la que está integrada por la forma, principios y actividades del medio de comunicación y el objetivo es asegurar la línea editorial de ese medio de comunicación y de su periodicidad.

La parte específica de cada área se caracteriza por la delimitación de la propia área, de la selección de profesionales que trabajan en ella y el campo informativo con que se delimite a esa área.

Una vez delimitada el área, hay que dotarla de contenido y ver cómo funciona y que respuesta ha tenido en el público. El objetivo es captar al lector y demostrarle que el medio de comunicación al que es asiduo, conoce los temas que le preocupan.

Además el área informativa permite encuadrar el hecho informativo dentro de unos límites fiables y serios y dentro de una política informativa coherente.

2. Clasificación tradicional de las áreas

Hay tres tipos de áreas:

a) Políticas: trabajan con contenidos que inciden directamente en la herida política de la zona, con contenidos que inciden en la vida política del territorio sobre el que trabaja ese medio de comunicación. Por tanto serían áreas políticas: Nacional (o políticas) con sus apartados de economía y socio-laboral, internacional, regional y local. También sería el área de opinión, que tiene una alta incidencia en el territorio y la nación.

b) Humanas: trabajan con contenidos en los que predominan temas de interés humano individual o colectivo, siempre que no trascienda a lo político (educación, salud).

c) Recreativas: las áreas recreativas se centran en contenidos que recrean valores de la persona: deportes, teatro, música, espectáculo y también de tiempo libre como viajes, información taurina, etc.

3. Consecuencias del área especializada

a) Consecuencias respecto a la audiencia:

- Los contenidos especializados originan un mayor cociente de atracción para esa audiencia. Por tanto, posibilita la apertura de nuevos horizontes culturales, de formación, educativos.

- También estimula la participación del lector en el quehacer informativo, y también la crítica fundada respecto de los contenidos de ese medio.

b) Consecuencias respecto del profesional y su empresa:

- La organización en áreas especializadas acaba con la competencia de las profesionales de este medio y también con la dispersión.
- Crea un sistema de mayor responsabilidad de los periodistas con la empresa.
- Mayor productividad, de mayor calidad al igual que mejor conocimiento y trato con las fuentes.

c) Respecto a los contenidos:

- Posibilita el seguimiento de la información mientras siga siendo de interés.
- Aporta mayor calidad a la información.

d) Respecto a la metodología:

- Cada área tiene unas pautas de funcionamiento con un lenguaje concreto y distinto.

Es bueno que las áreas de especialización estén bien delimitadas y organizadas. Por eso, la mayoría de las redacciones están estructuradas en bloques o secciones. Éstas se han creado para facilitar el buen funcionamiento de la redacción y para la delimitación exacta de los contenidos y del área especializada.

Generalmente, la clasificación de las secciones en cualquier medio es la siguiente:

- Opinión: los trabajadores de esta sección son los responsables de los contenidos de opinión que emita el medio como la que le llegue.
- Internacional: trabajan los contenidos del extranjero, normalmente política y sucesos, el resto de información como deportes, cultura o economía irían a sus respectivas secciones.
- Nacional: trabaja los contenidos políticos del territorio nacional, también a través de sucesos.
- Regional y Local: abordarían la información de raíz política que dependería de cualquier medio de comunicación. Trabaja también con deportes, cultura o sucesos que se incluyen en la sección regional, como en algunos diarios como *El País*. Si la información de regional es muy importante, pasa a cultura en la edición nacional del periódico.
- Cultura: incluye todo lo que tiene que ver con la vida cultural. Hay algunos medios que diferencian cultura y espectáculos.
- Sociedad: incluye temas de salud, educación.
- Deportes.
- Sucesos: algunos periódicos la tienen.
- Suplementos: aparecen dentro de una sección responsable de los suplementos, aunque se trabaja coordinadamente con otras secciones como la de cultura.
- Economía.

4. Sección de opinión o área de opinión

Aglutina la mayoría de los contenidos de opinión del medio: editorial, cartas al director, columnistas, articulistas. Cada vez más, se tiende desde las áreas o secciones a tener sus analistas propios. Tiene tres funciones principales:

a) Orientativa: aportar datos esenciales del hecho y complementarios que puedan ayudar a hacer más comprensible esa opinión. Además del análisis y la opinión. Esta función se desarrolla sobre todo desde el editorial, que da los datos, los analiza y emite una serie de juicios valorativos a favor o en contra de ideas, hechos, circunstancias. La principal diferencia, según algunos autores, entre editorialista y periodista especializado, es que el primero ayuda a entender.

b) Interpretativa: se desarrolla sobre todo mediante el uso de la columna. Analiza causas y posibles consecuencias del acontecimiento y opina sobre ello.

c) De cauce para el diálogo público: las páginas de opinión crean estado de opinión entre los lectores de ese medio, se produce una reacción en ellos y participan a través de las secciones abiertas a los lectores.

Junto a estas funciones, existe una serie de 'riostos' o 'disfunciones' que se producen con el mal uso del lenguaje o también con el estilo que usan los distintos autores:

- No se debe utilizar un lenguaje demagógico, autoritario, dogmático, totalitario, porque refleja una excesiva ideologización del medio. Martín Vivaldi dice que eso se produce cuando reflejan contenidos propagandísticos, llenos de consignas.
- No es recomendable el uso de un lenguaje político, que es ambiguo, redundante y eufemístico.
- No se debe usar un lenguaje tecnócrata (con tecnicismos) porque es difícil de asimilar o comprender por la audiencia de ese medio de comunicación.
- No al lenguaje con un excesivo enciclopedismo, porque se da un exceso de datos que termina desviando la atención de los lectores.
- No al narcisismo literario en el sentido de cuidar la forma y no el contenido. Es muy propio de columnistas.

Aunque sea para hacer opinión, siempre se deben dar las características del lenguaje informativo.

El editorial

La página de opinión de un periódico es el editorial, ya que es el artículo de fondo del periódico, ya que presenta al lector determinados hechos, acontecimientos sobre los que ha opinado el periódico. Por tanto, los editoriales reflejan la línea editorial del medio. El lenguaje usado es impersonal, y debe prescindir del plural 'nosotros', sólo el verbo.

El estilo editorial clásico se divide en:

- Didáctico o pedagógico.
- Objetivo o exposición de los hechos.
- Interpretativo.

La estructura clásica del editorial:

- Cabecera correspondiente.
- Primera parte de exposición.
- Segunda parte de explicación, desarrollo y análisis de esos datos.
- Tercera parte de opinión y valoración del hecho.

En función de esta estructura, el editorial cuenta con tres partes diferenciadas:

- Informativa: explica los hechos.
- : se comentan y analizan los hechos.
- Deliberativa: conclusiones del hecho según el medio de comunicación.

La importancia del editorial es enorme para valorar y saber por donde va ese medio, no sólo porque enjuicia hechos importantes de la sociedad, sino también porque es el instrumento para orientar la opinión pública en uno u otro sentido. A pesar de esto el editorial se lee poco. Es quizás de lo que menos se lee en un periódico, porque se trata de bloques de textos muy planos y difíciles de leer.

Hasta hace muy poco tiempo, había de uno a tres editorialistas en cada medio. En la actualidad, las redacciones cuentan con un equipo de editorialistas.

El editorial no va firmado, y el responsable el contenido de éste es el director del medio, y sobre cualquier comentario editorializante.

El contenido que debe llevar cada editorial se establece en las reuniones que se llevan a cabo por los editorialistas.

La labor del editorialista es de reflexión y análisis y no de búsqueda de información. Existe un código ético sobre el editorialista.

La columna

Existen muchas definiciones sobre la columna. Se trata de un comentario u opinión sobre un hecho informativo que llame la atención del columnista. A diferencia del editorial, lo importante es la firma, que es lo que interesa al lector.

Los contenidos son muy diversos y sobre hechos ya producidos y difícilmente sobre temas que aporte el propio columnista.

La columna ocupa no sólo el área de opinión; en la actualidad, cada vez más se busca a columnistas para las secciones especializadas. Se distingue del análisis en que éste realiza un aporte de datos y una valoración del hecho por parte de un especialista.

Nos encontramos en un período de auge del columnismo por parte de los medios escritos, como contrapartida a la noticia simple que aportan los medios audiovisuales. La estructura es libre, cada autor la escribe como quiere.

El ensayo

Está considerado como un género entre el artículo periodístico y el trabajo de investigación. Suele estar realizado por colaboradores no habituales del medio, que están especializados en un tema.

El objetivo del ensayo es profundizar en el análisis de un hecho importante, donde además de exponer el hecho, tiene que ir acompañado de juicios de valor de la parte del escritor.

Se escriben dos tipos de ensayo:

- Ensayo de divulgación científica, que se limita a revistas muy especializadas, y sobre todo en suplementos de contenidos científicos.
- Ensayo político de divulgación ideológica, que tiene más presencia en los diarios.

La tribuna libre

Es un espacio dedicado a coger los comentarios u opiniones de personas ajenas al medio. Se trata de artículos de opinión propiamente.

Lo normal es que cada medio limite este tipo de comunicaciones. Pueden participar cualquier tipo de colaborador que interese al medio. Pueden ser personas conocidas en ese ámbito o ser famosas. No son colaboradores habituales.

Son espacios fijos dedicados a la colaboración externa.

Las opiniones, al igual que la columna, no tienen por qué coincidir con la línea ideológica del medio (con el editorial).

El comentario

Puede publicarse en otras páginas que no sean las de opinión. Es un género de opinión en alza, porque se utiliza más para completar información sobre algunos temas. Son comentarios que van en columna aparte.

El comentario es el análisis y valoración sobre el trabajo que el periodista ha realizado y que complementa el análisis. El objetivo o finalidad es hacer un diagnóstico o valorar esa información de actualidad sobre un hecho o tema que él ha trabajado.

Normalmente, si no fuera firmado, sería un pequeño editorial, aunque no apareciese en las páginas reservadas al editorial.

Otros

En las páginas de opinión también son importantes los chistes, caricaturas son importantes y es un género con una importancia tremenda en nuestro país como Mingote. Son generalmente críticas políticas y van situados.

Las cartas al director son importantes también, de forma que si no pudiese existir esta sección, se las inventaría el medio. Es el cauce de comunicación entre los lectores y el medio. A partir de los 60, comenzaron a usarse y a partir de aquí estuvieron censuradas.

Normalmente los medios de comunicación limitan el espacio, porque no se deben cortar. Deben publicarse siempre aunque el contenido de esas cartas constituya una crítica hacia ese medio, el periodista, siempre y cuando no sean insultos o si la carta tiene un contenido de juzgado de guardia, es decir, constitutivos de delito.

No existe una estructura para este tipo de géneros, por tanto, no existe una técnica para escribir los géneros de opinión, en el que cada autor escribe lo que quiere y cómo quiere.

Pero sí existe una técnica muy general que es la clásica estructura de planteamiento, nudo y desenlace.

La atención del lector debe captarse principalmente con el texto y las primeras líneas del género, y dar algunas pistas sobre el hecho sobre el que nos vamos a pronunciar.

El nudo gira en torno a los argumentos sobre lo que estemos hablando. El final debe ser brillante para dejar buen sabor de boca al lector.

Área de nacional y de información política

La información y la política tienen unas características comunes muy claras:

- Ambas tienen un destino común: el ciudadano.
- La política está basada en estructuras comunicativas.
- La información necesita nutrirse de esos contenidos políticos para informar a sus ciudadanos.

Por tanto, los medios de comunicación son cauces de información a los ciudadanos y también para que las distintas fuerzas políticas expresen sus quehaceres a los ciudadanos; las fuerzas políticas están constituidas por elementos que pueden ejercer influencia en los ciudadanos.

Hay muchas definiciones:

- Ángel Benito: Información nacional es la procedente de todo el país, excluyendo la local y la zona geográfica donde esté ubicado el medio.

Desde el punto de vista del contenido, se puede hacer una definición en el sentido de que integran esta sección acontecimientos, hechos, decisiones que conciernen a la actuación política en la sociedad española. Tanto una como otra definición necesitan complementarse para definirse.

Para que exista un área política nacional real, deben complementarse estas dos definiciones, y además debe existir libertad de expresión del medio para poder opinar sobre esta área.

Dentro de esta área, existe una clasificación básica de contenidos:

- Todo lo relacionado con el área administrativa.
- Todo lo relacionado con la información parlamentaria.
- Todo lo relacionado con la información sobre partidos políticos y otras fuerzas políticas, que forman parte del medio social y que influyen en gobernantes y políticos.

a) Información administrativa

Es la que procede de la jefatura del Estado (fuentes oficiales); todo lo procedente del Gobierno.

b) Información parlamentaria

Aborda los temas relativos al Parlamento, también el proceso de aprobación y tramitación de una ley, así como de anécdotas de un cruce de opiniones entre diputados. Esta información ha tenido mucha tradición en España. Azorín fue autor de crónicas parlamentarias de gran valor.

La información del Parlamento puede dividirse en:

- Información del Congreso.
- Información del Senado, que aparece menos.
- Información de los parlamentos económicos, que iría situada en las páginas correspondientes, a no ser que el tema trascendiese el ámbito territorial.

También se incluye el Defensor del Pueblo, que es un organismo de extracción parlamentaria y su trabajo suele estar canalizado a través del Parlamento.

c) Fuentes políticas

Hay dos tipos de fuentes políticas:

- Fuentes oficiales, que tienen mucho peso.
- Fuentes no oficiales, que influyen en las organizaciones políticas.

No se debe caer en el abuso de fuentes oficiales, habrá que contrastarlas con esas fuentes no oficiales.

Lo primero que tenemos que tener claro es que información política es todo lo que afecta al medio de comunicación como mediador entre el sistema político y el medio social. Inicialmente, las instituciones políticas intentaban evitar los canales de comunicación entre la sociedad y el Estado. Actualmente, las corrientes políticas, sean como sean, están sustentadas en su apoyo en los canales informativos, necesitan información sobre su actividad para convencer o controlar totalmente la información que se da. Por tanto, cualquier tipo de estado necesita disponer de medios que canalicen la información política y también necesita disponer de información sobre la sociedad a la que vayan dirigidos. Hay una doble necesidad de entrada y salida de información.

En cualquier sociedad política se distinguen tres factores:

- Medio social: es la base que actúa como soporte de ese poder y como fuente de información, con una serie de variables que dependen de cada sociedad. Estas variables son las que van a condicionar las actividades, opiniones y toma de decisiones de los gobernantes. De ese medio social es donde emergen el poder y las ideologías.
- Poder: el poder es el motor que impulsa las decisiones políticas.
- Ideologías: justificarían la acción del poder, que debería estar relacionada con la ideología.

En situaciones normales, estos tres factores deben estar interrelacionados.

El medio de comunicación tiene una función política muy importante, que es la función de intérprete y la de mediador entre el poder y la sociedad. Desde la sociedad se lanza una serie de demandas y reivindicaciones hacia ese poder y desde el poder se lanzan informaciones, el mediador entre éstos es el medio de comunicación, que no representa poder pero sí influencia.

Por tanto, tiene función de intérprete–mediado, lo primero significa buscar información, interpretarla y publicarla, y la función de mediador significa una función política clara.

Ese papel de mediador se conseguirá cuando el medio de comunicación sea capaz de conectar con los intereses de la audiencia. Esa influencia no es inmediata normalmente, sino que necesita de un proceso y crea un debate en la sociedad de modo que el poder sabe la influencia que ha tenido ese mensaje en la sociedad.

Además, gracias a su influencia se producen dos efectos importantes en la audiencia, que pueden parecer contrarios pero son complementarios: refuerza las actitudes vigentes en la sociedad y activa el cambio social, porque informa de hechos nuevos que pueden configurar situaciones nuevas en esa sociedad.

Los medios de comunicación como mediadores políticos

Los medios tienen tres vías para ejercer la función de mediador político:

- Cuando transmite información que procede de sectores interesados en que esa información se dé.
- Profundizando en esos hechos. Tiene que transmitir lo que llega de una parte y otras interesadas, profundizando en esos hechos y debe opinar sobre esos temas.
- El medio debe ejercer la posibilidad que tiene de dar opinión sobre los hechos, para formar y favorecer la opinión pública.

Esta función se hace recogiendo información y transmitiéndola y valorándola. Es importante que se profundice en esa información.

Aparte de esto, se puede analizar qué grado de mediación ejerce ese medio de comunicación. Ese análisis se realiza mediante las siguientes formas:

- Analizando los hechos que comunica.
- Analizando el sentido y el grado de la mediación.
- Cuál es el rol que tiene cada medio de comunicación.
- Contexto periodístico.

a) Análisis de la mediación política a través de los hechos que comunica: se puede hacer analizando el contexto político de los hechos. Habrá que ver quién ha provocado el hecho y qué supone ese hecho. Esto se puede hacer mediante la muestra de una decisión o mediante asimilación de responsabilidades.

- También puede venir de parte de la sociedad en forma de demanda. Se puede hacer expresando un problema, exponiendo una demanda, etc.
- El hecho lo puede provocar un medio de comunicación, profundizando en la información.
- Puede tratarse de hechos fortuitos y no controlados.

b) Análisis del sentido y el grado de la mediación:

- El papel de mediador político será mayor cuanto mayor sea la proporción de demandas de la sociedad que del sector político.

- Los medios de comunicación no pueden esperar a que le lleguen los temas de los políticos, sino que tiene que buscar temas propios.
- El papel de mediador será más completo cuanto mayor sea el número de noticias objeto de debate, crea opinión pública.

La proporción de información del sector social ha de ser mayor que la derivada del sector político.

c) El rol del medio de comunicación: en el contexto temporal vamos a observar que hay una proporción elevada de noticias que lo único que incluyen son propósitos. No han sucedido las noticias, son proyectos. No se puede abusar de ese tipo de contenidos.

Esto se hace porque en el sector social se presta bastante atención a las inversiones; es un abuso del sector político en relación al sector social.

En cuanto a la mediación política, en cuanto a su contexto espacial, es necesario resaltar de dónde proceden las noticias: local, regional, nacional, etc.

Una falta de noticias locales en un periódico de este ámbito señala la poca eficacia de ese medio para cubrir ese ámbito.

d) El contexto periodístico: es también importante para ver, observar y analizar la noticia dentro de éste. Cuáles son las noticias más importantes y ver si hay una correspondencia entre la importancia del hecho y el tratamiento que se le da en ese medio de comunicación. El medio debe destacar los hechos que más interesen a los lectores, independientemente de los intereses políticos o económicos.

La mediación política a través de la opinión

Hay que ver si los medios de comunicación intentan persuadir al lector a través de sus editoriales. Sin duda, el editorial es el instrumento de mediación política más importante que tiene un medio de comunicación.

Aparte de la función de mediador, también es importante la función de control del gobierno y demás instituciones públicas como privadas.

El catedrático Muñoz Alonso señala que los medios pueden aportar datos que no hayan sido aportados en las cámaras políticas, actuando como catalizadores. Esta función ha sido muy importante en España. Los medios han destapado casos de corrupción muy importante (por ejemplo, el caso Roldán).

Este papel de control de los órganos de gobierno ha convertido a los medios de comunicación en uno de los foros más importantes de discusión política en nuestro país.

Influencia de las fuerzas políticas. Factores del proceso informativo

La fuerza política equivale a una institución o grupo social influyente en el marco político. Vamos a dividir en dos grandes grupos:

- Grupos no organizados: serían grupos de cohesión espontánea, que no tienen una organización total.
- Grupos organizados: por ejemplo, los grupos de cohesión no espontánea.
- Grupos conscientes: los dotados de una organización interna, que se podrían dividir en función de su actividad política: grupos que presionan al poder, grupos con poder económico, grupos que realizan

directamente la acción política, fuerzas políticas individuales (personas que a título propio tienen influencia).

Fuerza política como emisora y receptora de información

La función de las fuerzas políticas es ejercer o controlar el poder, por medio de una serie de actos, instituciones, etc., sea cual sea la situación de esta fuerza, siempre actuará como centro que recibe información y la transforma en función de sus intereses.

Por tanto, las fuerzas políticas constantemente reciben información y la transforman. Proceda de donde proceda la información que recibe cualquier fuerza política, va a sufrir una transformación para que sirva a sus propósitos.

Las fuerzas políticas actúan como fuentes y que hacen cualquier cosa para intentar que ese mensaje cumpla el fin para el cual va a ser emitido.

Los mensajes informativos de las fuerzas políticas

No es un mensaje neutral, sino que está dotado de un contenido ideológico; las fuerzas políticas tienen claro que sus objetivos están por encima de cualquier información. De ahí la importancia de la especialización, porque hay que tener la capacidad de profundizar y descubrir cuál es la intencionalidad de ese mensaje.

Para asegurar que llegue de forma contundente, van a utilizar todos los recursos que tengan a mano. En ese sentido, las fuerzas con mayor incidencia en la información son tres:

- Grupos de presión, que no persiguen el poder pero sí su presión al poder económico. Los mensajes que emiten tienen como objetivo influir en la decisión de los gobernantes.
- Los partidos políticos, cuyo objetivo es ejercer el poder, por lo que van a orientar sus mensajes hacia eso.
- Líderes, gobernantes, elites dentro de las fuerzas políticas. El objetivo de éstos es mantener una imagen en el futuro. Su objetivo es intentar que su mensaje llegue al objetivo, sin que sea interceptado por el periodista.

Los canales informativos que usan las fuerzas políticas para cumplir los objetivos de su mensaje son los medios de comunicación en general, con toda la carga ideológica (métodos persuasivos o con amenazas directas al medio de comunicación, si es pequeño).

Características de la especialización política

Tiene una serie de peculiaridades que no se dan en otras áreas de especialización: naturaleza de los hechos; actitud de los políticos.

a) Naturaleza de los hechos

La política es la actividad social en la que de forma habitual va a contar hechos de los que no ha sido testigo, difícilmente va a poder ser testigo.

Las decisiones políticas se toman a puerta cerrada y va a depender de los contactos del periodista y de las fuentes que conozca, el que el periodista conozca los hechos, aparte de lo que se ha transmitido. Cuando el periodista recibe la noticia ya viene condicionada por los intereses de la fuerza política. Otra consecuencia es que la mayoría de las noticias de información política no están basadas en hechos sino en declaraciones.

b) Actitud de las personas que suministran la información

Nos encontramos a la fuente más ansiosa de entrar en el proceso informativo; no sólo de entrar, sino de entrar como ella quiere. Para ellos la audiencia son sus electores. Cualquier mensaje que llegue de una fuerza política va a ser interesado y va a intentar que se difunda hasta donde él quiere. La figura del portavoz está relacionada con el sistema democrático de repartición: 'Funcionario autorizado para divulgar, de manera oficiosa, lo que piensa un gobierno de un asunto determinado', es la definición del DRAE; no es del todo correcta. No es un funcionario, sino político o periodista; el portavoz no sólo divulga datos de manera oficiosa, sino también datos e información oficiales; no sólo se inscribe al Gobierno. En la actualidad, la función de portavoz la ejercen políticos y periodistas.

Hay dos tipos de portavoces:

- **Portavoz institucional:** se entiende como la persona designada para ejercer la función de portavoz como tal: 'speaker' de la Casa Blanca, portavoz del Gobierno, portavoz de la Junta de Andalucía.
- **Portavoz orgánico:** no tiene esa función específica, y comparte esa función con otra: jefes de prensa, etc.

Hay que tener en cuenta que existe una diferencia entre portavoz y fuente. El portavoz tiene nombre y apellidos. Si no se da el nombre se trata de una fuente simplemente. Se trata de un error normal en los diarios.

La relación de un portavoz con un periodista nunca es gratuita, además normalmente vamos a tener al lado a un político especializado en comunicación.

Una misión de ese portavoz va a ser conseguir que ese mensaje político sirva a sus intereses.

Información económica

Es importante porque ayuda al ciudadano a comprender la realidad económica de su sociedad.

Existe una relación importante entre lo que es la información y la economía. La información es un bien económico porque incluye en sí misma tres ingredientes: rareza, útil y costosa.

Información como necesidad básica de la economía

Como acción formativa, la información económica está puesta para que el ciudadano adopte una postura ante los fenómenos que se están produciendo.

Es importante como labor de documentación, ya que da los datos suficientes para que la gente adopte las acciones que les parezcan convenientes.

También es importante como fuerza que crea entre los consumidores el deseo de comprar y usar el producto que aparece en los medios de comunicación. La información económica es importante y debe estar bien realizada.

Aspectos peligrosos de la información económica

Los medios de información pueden utilizarse de manera que se frene el desarrollo. Algunos teóricos explican que esto ocurre cuando se realiza un mal uso, fomentando más el consumo.

El profesor Jorge Xifras Heras ofrece una serie de características que deben evitarse en la elaboración de la información económica:

- La información publicada debe referirse a hechos ciertos y no a hipótesis.

- La información económica debe permitir al público o al lector los planes de desarrollo expuestos.
- Evitar la tendencia del poder político en todos los aspectos de la vida económica, para evitar la sensación de que la política domina también la información económica.

Características de la prensa económica:

- Auge y desarrollo de la prensa económica.
- Aparición de publicaciones especializadas.
- Incorporación de suplementos de economía.
- Noticias económicas que se tratan de manera más ligera.

El auge de las publicaciones económicas se produce en 1986, en España un poco más tarde. Se produce una explosión de la bolsa, y un 'crack' en 1987, que fueron las causas de ese auge. A raíz de esa fecha, produjo un enorme interés por la prensa económica, y los periódicos económicos alcanzaron una gran difusión (3.800.000 ejemplares).

En lo que se refiere a España, tenemos *Informaciones* (60), un periódico de información económica. Publicación de *Cinco Días* (28.098 ejemplares), *Expansión* (con 58.900 ejemplares, es el más importante de España, y pertenece al grupo Recoletos) y *Gaceta de los Negocios* (12.961 ejemplares).

En 1988 apareció el *Financial Times*, con las hojas de color salmón que han llegado hasta nuestros días. A pesar de todo lo comentado, la información económica será frecuentemente la menos leída en los periódicos.

Perfil de los lectores de información económica

Después de muchos estudios, los lectores de información económica:

- Son personas con un nivel de renta superior.
- Son personas de edad madura.
- Con estudios superiores.
- Mayoría masculina.
- Alta capacidad de decisión.
- Activos laboralmente.

La información económica es complicada y difícil de entender, que se achaca al lenguaje que se utiliza. El periodista de información económica se mueve en esa elite de lectores y fuentes, por ello no usa ese lenguaje divulgativo. La información económica no es asequible para la mayoría de los lectores con unos conocimientos medios. Al igual que en otros campos informativos, el periodista necesita unos requisitos mínimos para especializarse en esta área.

Errores más frecuentes de la información económica

Periodismo Económico, de César Coca y M^a Pilar Diezhandino. Los periodistas de esta información son

personas poco cualificadas. El profesor Abadía piensa:

- La importancia creciente de información económica no ha ido acompañada de medios y de periodistas cualificados.
- Muy frecuentes son los errores de las cifras, que se deben a una deficiente preparación del redactor.
- Cuestiones relacionadas con conceptos básicos de la economía y a la magnitud de los hechos que se exponen.
- Fallos en transcripciones de porcentajes.
- Fallos en cifras billonarias.

Estos errores hacen que una información sea prácticamente incomprensible y son evidentes incluso para lectores mínimamente preparados o informados.

En el segundo escalón, se encuentran errores como la frecuente utilización de argumentos de uso común, que llegan a ser doctrina en los medios de comunicación.

Se usan términos incorrectamente, como 'inflación', 'ponderación' y 'devaluación'.

Al periodista económico se le exige preparación, independencia y que no incurra en incompatibilidades. Se le pide más objetividad e independencia que a otros periodistas, como los deportivos. No puede mostrar simpatía por un sindicato o por una empresa. Su profesionalidad tiene que estar por encima de esas situaciones.

La exigencia se encuentra en que la información que maneja es muy delicada porque cuenta con datos exhaustivos y las consecuencias que puedan producirse por causa de esto son mayores.

Los periodistas económicos siempre han tenido muy mala prensa. La APIE (Asociación de Periodistas de Información Económica) ha realizado un decálogo sobre estos periodistas. Esta mala prensa también existe en el extranjero.

Para los profesionales de información económica en televisión, la crítica está muy extendida. Las fuentes, de todos modos, prefieren el medio escrito.

En cuanto a las incompatibilidades, hay que decir que cualquier actividad paralela a su actividad como informador económica puede provocar incompatibilidad. Es incompatible dedicarse a la información económica y tener intereses económicos o familiares en sectores, empresas o asociaciones relacionadas con su profesión. Es incompatible con el desempeño de tareas publicitarias. También es incompatible con tareas de relaciones públicas y en gabinetes de imagen, que también se extiende a cualquier ejercicio del periodismo.

Ante esto, las empresas han tomado dos medidas de cautela para evitar estas incompatibilidades:

- Necesidad de que los periodistas de información económica cuenten con la autorización de directores o subdirectores para realizar actividades externas de su medio. Muchos medios prohíben a sus redactores aceptar cualquier tipo de regalo, viaje, etc. Las empresas pagan los viajes a sus redactores.
- Cualquier tipo de declaración pública de los periodistas, no debe tener una referencia de su filiación económica o política.

Las fuentes de información económica

Existe una serie de diferencias entre las fuentes económicas y el resto de los periódicos:

- La información circula por circuitos cerrados.
- La información está sumamente jerarquizada.

Las principales fuentes son:

- Oficiales: ministerios y consejerías de economía, trabajo, hacienda, Banco de España, Asociación Banca Española, INI, ICO (CEOE, CEA, CEM (a nivel provincial)), sindicatos y partidos políticos.
- No oficiales: empresarios, sindicatos, economistas, asesores fiscales, empleados clasificados en instituciones.
- Documentación: bancos de datos de información económica especializada.

Son fuentes difíciles. Se basan en una confianza importante en el periodista. La razón fundamental es que la información económica es compleja y puede tener repercusiones importantes. La fuente se juega la credibilidad de ella y de la empresa.

Por tanto, va a buscar un periodista en el que confíe. Además, normalmente es una fuente especializada con un lenguaje altamente especializado que sepa tratar el lenguaje especializado. Existe el agravante de que normalmente la tendencia de la fuente económica es ocultar la información aunque sea positiva o buena para ellas.

El periodista se encuentra con una información cerrada en un circuito muy exclusivo.

Además, las fuentes están muy dispersas. Por esa razón, la necesidad de que el área de especialización económica se divida en varias especialidades.

Normalmente, la mayoría de las empresas tienen sus gabinetes de prensa y éste es el lugar donde remiten al periodista para que busquen información. Es bastante difícil acceder a esta información. Esta información es interesada. Se diera la información que se diera, que fuese cierta.

Lenguaje

Los periodistas de información económica no usan un lenguaje divulgador. Gonzalo Martín Vivaldi cita los elementos que atentan contra el estilo periodístico:

- Oscuridad de pensamiento y expresión.
- Verborrea.
- Inexactitud.
- Imprecisión.
- Artificiosidad.

Necesita el estilo una claridad y concisión. Estas dos se incumplen en la información económica. Hay un abusivo uso de tecnicismos que no son explicados.

Se usa abundantemente el eufemismo (para enmascarar la realidad) (por ejemplo, 'Las acciones se mantienen

después de bajar' del *Wall Street Journal*).

Se utilizan mucho la información económica y laboral y usan términos como: 'reducción de plantilla', 'económicamente débiles', etc.

Los tecnicismos y barbarismos

Convertir adjetivos y verbos en nombres: 'ideologizar', etc.

El uso de polisémicos: 'buque-insignia', etc.

Requiere una importante depuración del lenguaje.

El periodismo cultural

Es difícil entender qué es cultura. La primera dificultad es la imposibilidad de delimitar qué aborda esa área especializada. Ante esto, el medio ha de intentar buscar contenidos atractivos para una audiencia que es heterogénea. Todo esto hace que las páginas de cultura sean las más difíciles de llenar del periódico.

Cómo podemos llegar a una aproximación del periodismo y la cultura:

- **Primera concepción:** es una visión elitista, que define la cultura como el recorte escogido destinado a una minoría de conocedores, que lo restringe sólo al campo de las letras y de las artes.
- **Segunda concepción:** empieza a desarrollarse a partir de 1874. En la que se incluye a una mayoría de personas que tienen interés por una serie de artes, contenidos morales, de valores, etc. Esto se traduciría, la primera concepción, a las revistas con poca tirada que se encuentran en el mercado. En los medios de comunicación no se da la primera concepción. La cultura de masas no hubiese sido posible sin los medios de comunicación.

Antecedentes del periodismo cultural

El primer antecedente lo tenemos en Ortega y Gasset, que es el primero que publica en un espacio fijo, contenidos de cultura en el periódico *El Sol* (1926), que se hacía crítica de libros. Ortega utilizó la palabra 'folletín' para definir la página cultural.

Hoy todos los periódicos cuentan con secciones fijas de cultura y además cuentan con semanales o publicaciones.

La primera revista cultural (1936) es *Cartas Españolas*. *Revista de Occidente* (1926) y también en ese año nace la revista *Litoral*, en Málaga por Manuel Altolaguirre y Emilio Prados. Entre los dibujos se encuentran colecciones de Picasso, Dalí, Miró, etc. Con la guerra civil desaparece *Litoral*, y reaparece en 1968 de la mano de José María Amado.

Fernández del Moral y Esteve Ramírez hablan del área de cultura como una especialización que trata manifestaciones artísticas, literarias, científicas, etc.

En la actualidad también se incluyen todas las decisiones de organismos relacionados con el mundo de la cultura, leyes de autores, museos, etc. También puede verse en ella la gestión política de los distintos organismos.

Contenidos

Según el contenido, las publicaciones culturales se clasifican en tres tipos:

- Las adscritas al grupo superior, grupo de alta cultura. Publicaciones superespecializadas. Son temas muy restringidos y de carácter unitario, es decir, en teatro, arte moderno, historia, etc. Entre sus objetivos no está la divulgación, sino la profundización en esos campos. Normalmente con carácter académico, son personas no del mundo del periodismo sino especializadas en el campo de que se trate.
- Las adscritas al grupo de cultura media. Medios de comunicación general. Ésta es la más divulgativa y expansiva. Está muy relacionada con las publicaciones de los medios de información general: secciones de cultura y suplementos de cultura. Existen revistas de contenidos culturales, pero no desde el punto de vista tan tecnicista y academicista.
- Las adscritas al grupo de cultura baja o brutales. Se refiere a temas muy bajos: como literatura macabra y pornográfica. No se puede considerar que el grupo brutal sea de gente sin cultura.

Característica de la noticia de cultura

La noticia de cultura mantiene las mismas características que cualquier noticia.

Jorge Ribera, profesor de comunicación de la Universidad de Buenos Aires, ha desarrollado la relación que existe entre noticia y cultura. Hay tres aspectos fundamentales:

- Veracidad: la noticia debe ser veraz, debe producir sus temas sin falsear los límites de lo conocido.
- Actualidad: se trabaja con contenidos actuales pero también con autores y hechos que pertenecen a una época pasada.
- Interés: ningún medio publica nada que no considere de interés.

A partir de esta introducción, Ribera se plantea una disyunción sobre si la noticia debe de captar las nuevas tendencias que puedan surgir en el amplio campo cultural y también puede tener la capacidad de generar nuevas tendencias. Este profesor dice que deben hacerse las dos cosas.

Es muy importante la capacidad de sugerir y de dar un buen tono y enfoque a la cultura. El estilo nace en el propio periodista y el tono y enfoque son cualidades también propias del periodista.

Exige una prosa clara y concisa, el estilo del periodista cultural. Sin olvidar los elementos básicos del estilo periodístico.

Géneros más utilizados en cultura

Los géneros más frecuentes son cuatro: crónica, crítica, perfil y entrevista.

Crítica

Es el género más característico y tradicional de las páginas de cultura, hasta el punto de que se habla de todos los géneros y al ser tan específico se olvidan de ella.

Nunca se debe confundir la crónica con la crítica. La diferencia es muy clara. La crítica sólo se aplica a obras, porque por ejemplo una corrida de toros no tiene autor, al igual que los conciertos y las obras de teatro. Sí sería crítica la obra de un autor que se vaya a representar.

La crítica tiene como fundamento el juicio de la bondad, verdad y belleza de las obras. Además de la valoración tiene una función informativa, orientativa y descriptiva.

Es muy difícil desligarla de la propaganda. La crítica también a pesar de que es mucho más subjetiva, debe a la vez que valorar, justificar la obra.

Encontramos diferentes tipos de crítica. Existen dos escuelas: crítica autoritaria y crítica impresionista:

- La primera es un enfoque altamente comparativo, que impone la evaluación del trabajo de la obra en particular, pero tomando como referencia obras históricas valiosas que ya han sido valoradas. Obliga a someterse a reglas fijas.
- La segunda es mucho más abierta, y consiste en juzgar la obra por sus propios méritos dentro del contrato de esa obra. Empezó a practicarse desde los años 20, y se empezó a llamar 'nueva crítica'.

Dentro de estas dos escuelas podemos encontrar cuatro métodos básicos de enfoque de la crítica; los dos primeros pertenecen a la escuela autoritaria, y los otros dos se encuadran en la escuela impresionista:

- Método clásico: el periodista enjuicia la obra de acuerdo a las normas establecidas por las autoridades que correspondan a la obra: pintura, teatro, música, etc.
- Método panorámico: requiere una perspectiva histórica en el sentido de que el crítico considera la obra frente a todas las obras producidas de la misma categoría.
- Método reporteril: es básicamente descriptivo. El crítico describe la obra y expresa su opinión por medio de detalles y valoraciones sobre cada escena, parte, etc.
- Método impresionista: considera el conjunto de la obra y se valora en función de la impresión que en general le ha producido la obra.

El crítico

Para llegar a ser crítico, hay que ser especialista del área sobre la que quiera ser crítico y además adquirir formación complementaria. Debe intentar llegar a los lectores, de manera atractiva y sugerente. No se puede utilizar un lenguaje excesivamente técnico sino asequible a los lectores. Muchos críticos escriben pensando en que otros críticos los van a leer.

La función del crítico no es sólo valorar, sino también explicar la obra y mostrar las opiniones que se dan de ella, pero aportando justificaciones.

Hay que tener en cuenta que el crítico tiene delante distintos grupos de lectores con distintos intereses:

- Los que no han leído, visto la obra pero si merece la pena irán a verla.
- Los que han visto o han disfrutado la obra y quieren contrastar opiniones.
- Los que no acceden a la obra, pero quieren saber de ella para que no los tomen por incultos.
- Personas que leen estas crónicas con el fin de leerlas y con fin cultural.

Los campos objeto de crítica se han aumentado, pero los más tradicionales son las críticas de libros.

A lo largo de la historia de la crítica, se han consolidado dos formatos de crítica literaria, que se han trasladado a otros tipos de crítica:

- Ensayo crítico: exige preparación y conocimiento del crítico; exige un despliegue valorativo del autor.
- Reseña bibliográfica: se trata de una idea breve del contenido de la obra y de las principales tesis que se incluyen en esa obra, además de pronunciarse sobre lo que le merezca la obra.

Una reseña no debe confundirse con una crítica, que requiere una mayor elaboración.

Entre esos dos extremos existe una fórmula intermedia, que es lo que se conoce como reseña literaria: qué es la obra, qué se dice sobre ella, y además hay que reflejar la impresión obtenida pero sin mayores pretensiones de crítica.

La reseña literaria potencia el carácter crítico y es una fórmula fácil para el lector que debe estar al día de las novedades que aparecen en el mercado.

Para Fraser Bond, la reseña literaria debe informar al lector de seis aspectos fundamentales:

- Debe dar una idea al lector de la naturaleza de la trama, pero sin revelar al lector la sorpresa.
- Hay que mencionar el tipo de obra que es.
- Hay que indicar el lugar de la acción.
- Hay que insinuar la condimentación y el sabor del libro y para eso recomienda la transcripción y reproducción de alguna parte del libro.
- Presentar personajes principales de la obra.
- Hay que expresar la opinión sobre la forma en que el autor ha tratado el tema y su presentación.

Además, se puede incluir una semblanza del autor, si no es conocido, o recordar algunos libros que ha escrito; si esta obra guarda similitud con obras anteriores.

En cuanto a la crítica de libros propiamente dicha, es muy difícil que el medio tenga un crítico y que aborde todas las obras literarias que surjan. Normalmente existe un equipo de críticos, además de los periodistas, que hacen la reseña literaria que aparece en los periódicos más frecuentes. Se usa a los colaboradores para cubrir el campo de la crítica.

El formato que se utiliza frecuentemente: titular, ficha técnica y el texto, sin estructura y tiene que tener los ingredientes anteriores.

Existe una serie de enfoques, según Bond:

- Modelo estético: puede especular sobre la obra porque también se considera creador.
- Modelo formalista: predomina la actitud científica. El crítico no tiene una función creadora sino más bien comparativa, obliga al crítico a utilizar las obras de referencia.
- Modelo culturalista: el crítico estudia la obra en relación con los condicionantes históricos o sociológicos que la han hecho posible.

· Modelo sociológico: está definido por una actitud científica dentro de un concepto cultural o sociológico de la cultura.

Hay otros muchos tipos de crítica literaria.

Crítica teatral

El objetivo es que los lectores conozcan la opinión del crítico sobre la obra y determinar si quieren ir a verla o no. Debe contener una descripción y valoración de la trama, los personajes y los artistas que los representan, así como un juicio sobre la acción, ambiente, vestuario, etc.

Además habrá que hablar sobre el autor de la obra, sobre todo si no es conocido.

La valoración hay que hacerla en función de los argumentos que podamos dar.

Gutiérrez Palacios da una serie de guías para realizar una crónica teatral:

- Entrevistas a los actores y conocer su propia sensación.
- Señalar algunas facetas de las obras que puedan pasar desapercibidas por el lector.
- Tema central que sirva de base a la crónica.
- Tomar apuntes sobre frases o material concreto que se haya de incluir en la crónica.
- Justificar la valoración de ese estreno que se haga.
- Hay que intentar escribir la crónica en cuanto sea posible, en el sentido de que no se pierda la atmósfera.

El perfil

No es otra cosa que la representación rápida y esquemática de un personaje sobre el que se desea informar a un público especializado.

La causa sobre la que se suele escribir un perfil es la concesión de un premio, su visita al país, etc.

Hacer un perfil requiere cierto grado de información sobre las características de ese personaje.

Se puede encontrar solo o suele acompañar a una entrevista en profundidad.

Empieza a tener importancia en las páginas de cultura a partir de los 60, cuando se produce el 'boom' de la literatura sudamericana; surgen numerosos escritores como García Márquez, Julio Cortázar, de Sudamérica para que fuesen también conocidos aquí. Informan de manera escueta de los rasgos humanos y personales de un personaje. Va más allá que los datos bibliográficos.