

# La nueva modernización y las exigencias de especialización informativa

Argelia Ferrer\*

## Resumen

En tiempos de globalización ha surgido un paradigma de desarrollo que propone la informatización como base del progreso y que rescata y actualiza algunas premisas modernizadoras, lo cual es denominado por distintos autores como Neo-Modernización, lo que ha permitido una cada vez mayor especialización de la comunicación social y del periodismo. En este proceso se destaca la presencia de las tecnologías informativas, que permiten una mayor segmentación de la audiencia, así como una mejor utilización de los medios específicos para la transmisión de mensajes. Las nuevas posibilidades técnicas favorecen la especialización de canales, contenidos y receptores, permitiendo a los usuarios mayores posibilidades de escoger los contenidos especializados, pero también entrañan un problema de exclusión en sociedades como las latinoamericanas, que debe enfrentarse con políticas de comunicación pensadas para los tiempos que corren.

**Palabras claves:** modernización, neo-modernización, globalización, especialización periodística, tecnologías de la información, políticas de comunicación.

## The new modernization and the exigencies of informative specializa tion

**ABSTRACT:** In the days of globalization a developmental paradigm has arisen proposing computerization as the basis of progress. This paradigm keeps some of Modernization's theories, updating them, and it is denominated by different authors Neomodernization. It has allowed an increasing of social communication and the media. In this process the presence of the informative technologies stands out, allowing a greater segmentation of the audience, as well as a better use of specific means for the transmission of messages. The new technical possibilities favor the specialization of channels, contents and receivers, allowing the users greater possibilities of choosing the specialized contents, but also involve a problem of exclusion in societies like Latin American ones, that must be faced with policies of communication thought for the running times.

**Key words:** modernization, neo-modernization, globalization, journalistic specialization, information technologies, communication policies.



### 1. Introducción: Modernización, Globalización e Información

Las tecnologías vinculadas a la información y las comunicaciones aparecen como motor y elemento omnipresente en la organización de las sociedades de los países industrializados, en todos los ámbitos. De esa influencia escapan pocas actividades y productos, la podemos encontrar hasta en los juguetes infantiles y en los cultos religiosos. El desarrollo tecnológico impone su presencia cada vez más en objetos y procesos, lo mismo que en las relaciones interpersonales.

Los países industrializados han alcanzado ma-

yores niveles de productividad, riqueza, educación, ciencia, de bienestar material para la población, en un proceso en el cual las tecnologías de la información han intervenido sustancialmente. Además de estas últimas, hay una gran aplicación de tecnologías de producción industrial, que dichas naciones desarrollan y consumen internamente y hasta transfieren a los países en desarrollo. De este modo se ha originado un nuevo paradigma de desarrollo que propone la informatización como base del progreso, que rescata y actualiza algunas premisas de la Modernización, que ha sido denominado por distintos autores como *Neo-Modernización*. El mismo modelo, como la Modernización, se basa en un desarrollo económico de tipo liberal capitalista y otorga gran importancia a la adquisición y desarrollo de tecnologías (en este caso de la información y comuni-

caciones) para alcanzarlo, dentro del contexto de la globalización. El Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 1997) define el modelo o *receta* de la globalización, que consistiría en liberalizar los mercados nacionales y mundiales en la creencia de que las corrientes libres de comercio, finanzas e información producirán el mejor resultado para el crecimiento del bienestar humano.

Tehranián y Tehranián (1997) señalan que el discurso académico y político de las teorías de la Sociedad de la Información o post-industriales, desde 1973 al presente, sostiene que en los países industrializados avanzados ha ocurrido un cambio progresivo desde el sector manufacturero hasta los de servicios e información, el cual ha abierto paso a una nueva sociedad post-industrial, donde el mayor porcentaje de la fuerza de trabajo se ocupa en la producción, procesamiento, transmisión y aplicación de conocimientos e información. Como resultado ocurre la globalización, facilitada por el transporte y tecnología de telecomunicaciones. Para incorporarse a este proceso -o ponerse al día- los países en desarrollo deben seguir una estrategia de salto tecnológico mediante la adopción de las tecnologías más recientes. De esta manera, los autores ven en la actual etapa de la *globalización* una continuación histórica con la de la Modernización, en cuanto es un proceso de cambio que coloca como valores primarios las innovaciones científicas, tecnológicas, sociales, económicas, políticas y culturales, para alcanzar progresivamente mayores niveles de productividad, salud, ingresos, consumo, participación política y pluralismo cultural que, hemos visto, son en su mayoría los del *paradigma dominante*.

## 2. Modernización y Neomodernización

Los paralelismos entre Modernización y Neo-Modernización son abundantes, comenzando porque ambos modelos contemplan un solo tipo de desarrollo económico de corte capitalista y ven en el desarrollo

económico su meta fundamental. Asimismo, en los dos paradigmas las tecnologías desempeñan un papel fundamental en el desarrollo económico, aunque, como hemos visto, en el modelo Modernizador se trataba de transferir tecnologías de la producción -junto a las actitudes modernas- y en el Neo-Modernizador se promueve la implantación de las tecnologías de la información y la comunicación.

La Neo-modernización es una tendencia basada en la Modernización y también en la Occidentalización. Mowlana (1996) relaciona el nacimiento de este paradigma con el fin de la Guerra Fría, el declive del sistema socialista y la insignificancia de otras alternativas económicas, que hicieron que el capitalismo y el liberalismo fueran vistos, de nuevo, como la mejor estrategia para el crecimiento económico. El paradigma señala un movimiento hacia la sociedad globalizada, postindustrial o de la información, local e internacionalmente.

En su evolución teórica, el modelo de la Modernización asumió las críticas y modificó algunos de sus postulados. Los neo-modernizadores afirman que la tradición y la modernidad no son mutuamente excluyentes; ubican el proceso de desarrollo en el contexto histórico más amplio del colonialismo e imperialismo; reconocen que hay múltiples patrones de desarrollo y ponen más atención a las condiciones externas que pueden incidir en el proceso de desarrollo. Además, siguen sosteniendo los efectos benéficos de la modernización para las sociedades (Fair y Shah, 1997).

Creemos que aquí está uno de los puntos centrales en la crítica tanto a los modelos Modernizador como Neo-modernizador: la Modernización aporta a las sociedades elementos que contribuyen a mejorar cuantitativamente su calidad de vida en aspectos básicos como la salud, la educación, el transporte y las comunicaciones y los servicios, pero lo hace a costa de destruir saberes y culturas tradicionales, de contaminar el ambiente y de agotar recursos

naturales y especies animales, de colocar el progreso económico como fin último de una sociedad.

## 3. La Neomodernización y las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación

R. Zallo (1992) ha explicado que el modelo Neo-modernizador es una «corriente utópica del pensamiento conservador», que propone que junto a las nuevas tecnologías de la información y comunicación surgirían la liberación humana en forma de fluidez comunicativa, auto-realización personal, revalorización de lo comunitario. Sus teóricos especulan sobre la desaparición de la sociedad industrial, dejando paso al nacimiento de la sociedad post-industrial, *la sociedad de la información*, donde la nueva fuente de poder sería la información y el conocimiento, vinculándose con las teorías de la Modernización de los años 50. Tal como los medios de comunicación eran considerados *motores de desarrollo* para el paradigma Modernizador, las tecnologías de la información lo son para esta nueva propuesta.

Los supuestos de los teóricos Neo-modernizadores son cuestionados porque no admiten las bondades ni los peligros *per se* de las tecnologías de la comunicación, pues éstas, como sistemas culturales, no pueden desligarse de las sociedades en donde nacen o en donde están insertas. Lo mismo ocurre con los medios de comunicación tradicionales y más novedosos, como Internet, que se desarrolla por este tipo de tecnología. La ciencia y la tecnología no son neutrales, sino que sus aplicaciones dependen de decisiones políticas. Las tecnologías de la comunicación pueden contribuir a mejorar los contenidos de los medios, pero no necesariamente lo hacen, ni son la única llave que puede abrir la puerta del desarrollo social.

Recordamos las políticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) de los años 60 para América Latina, que fomentaba iniciativas para estimular el crecimiento y fortalecimiento de todas las

partes de los sistemas nacionales de comunicación masiva, partiendo del supuesto de que el desarrollo tendría un punto de sustentación importante en dichos sistemas. La realidad dio al traste con esta premisa, pues aunque seguían creciendo los medios de comunicación, en los años 70 la región se estancó económicamente por razones como el descenso del comercio internacional de productos primarios. Como admitió el Sistema Económico Latinoamericano (SELA), el crecimiento y modernización de los sistemas de comunicación ocurrieron paralelamente a un proceso de empobrecimiento de las masas urbanas en la gran mayoría de los países latinoamericanos, como resultado de la implantación de un modelo de desarrollo dependiente (SELA, 1987).

Moreno Sardà (1998) ve en las tecnologías de la comunicación un recurso más del movimiento expansionista de Occidente: los medios de comunicación reproducen simbólicamente y difunden la realidad a través de redes que se han extendido en el siglo XX por espacios cada vez más amplios y a ritmos cada vez más acelerados, abarcando todo el planeta e interconectándolo casi simultáneamente. A esta dinámica expansiva obedece el desarrollo de una tecnología cuyas innovaciones constantes se proponen dar cumplimiento al imperativo de ir más allá del espacio y el tiempo, inscrito en la memoria arquetípica de la cultura occidental. Con las redes de comunicación se expande la concepción del mundo de sus constructores, de quienes andan por ellas:

*«Por tanto, frente a las visiones simplificadoras que realzan el papel de la tecnología para ensalzarla o denigrarla, como si estuviera al margen de la historia, como si no fuera el resultado de opciones y actitudes humanas, comprender la construcción histórica de la sociedad de la información exige examinar atentamente el papel de la dinámica expansiva en la transformación de unas relaciones sociales que demandan y potencian innovaciones técnicas»* (Moreno Sardà, 1998:160).

Si en el *Siglo de las Luces* se creía que la solución de todos los problemas de la humanidad pasaban por la razón y la ciencia, en la era de la información es la tecnología la portadora del fuego de Prometeo, cuya luz alumbraría a los hombres y mujeres en su andar por el camino del progreso. Pero ni la ciencia ni la tecnología por sí solas generan desarrollo: los mismos virus que se usan para crear vacunas pueden emplearse como armas químicas; las mismas redes que transportan información sobre avances del saber científico sirven para enseñar a hacer explosivos caseros y como foro de discusión de los neo-nazis, para difundir recetas de cocina, hacer publicidad comercial y adherirse a causas ambientales, políticas o religiosas.

#### **4. Las Tecnologías de la información y comunicación y su potencial para la transformación social**

Las tecnologías de la información no constituyen una fuerza autónoma, capaz por sí misma de transformaciones sociales liberadoras, pues se inscriben en sociedades desiguales en las cuales el acceso mismo a las tecnologías se parcela y jerarquiza (Zallo, 1992). Aunque la tasa de alfabetización de adultos en los países en desarrollo es del 70 % de la población (UNESCO, 1998), no podemos dejar de preguntarnos cuántas de estas personas están alfabetizadas *tecnológicamente*. Es decir, ¿cuántas pueden manejar los equipamientos tecnológicos propios de las redes de información y comunicaciones que permiten mejor acceso al mundo laboral, educativo y cultural? Las desigualdades sociales impiden el aprovechamiento equitativo de las tecnologías de la comunicación.

La introducción de las nuevas tecnologías comunicativas se produce en un contexto político-cultural marcado por las desigualdades. Sus usos y apropiaciones, al ser los medios de comunicación de masas sólo un negocio lucrativo, reducen su prometido papel de panacea democrática, haciendo resaltar, por el contrario, las desigualdades y de las dis-

tancias sociales, entre los distintos países y en el interior de cada uno de ellos. Amaral y Rondelli (1996) han señalado que la elevada innovación tecnológica no corresponde necesariamente a una proporcional innovación social y que a pesar de sus potencialidades técnicas, notablemente interactivas y democratizadoras, las nuevas tecnologías siguen las viejas reglas del mercado y de las limitaciones políticas elitistas de las sociedades donde se instalan.

La UNESCO (1982) ha explicado que en los países industrializados, los avances científicos y tecnológicos son realidades tangibles para la mayor parte de sus habitantes, que saben que los productos que utilizan proceden de descubrimientos científicos y que el bienestar que disfrutan también está vinculado a la evolución científico tecnológica. Pero para la mayoría de la población mundial, con bajos ingresos *per cápita* y nivel de instrucción, la situación es diferente, pues la investigación científica y tecnológica es un concepto poco conocido, cuya finalidad y efectos no es percibida plenamente por la gente.

Esto sucede con las tecnologías de la información. La superautopista informativa no transporta a todos, sino sólo a las elites académicas, sociales y políticas con capacidad para transitar por ella, reproduciendo la disparidad de nuestro mundo (Trejo, 1996). Sin embargo, el acceso al ciberespacio, como proveedor de información, datos, experiencias y sugerencias, puede verse como un recurso para acelerar el desarrollo si se promueven mecanismos para un uso más democrático del mismo.

Las tecnologías de la información y los medios de comunicación relacionados pueden ser utilizados con óptimos resultados en proyectos comunicativos de desarrollo social, económico y cultural en países en desarrollo, pero si no se planifican sus usos, serán fuente de mayor segregación y desequilibrios educativos entre los habitantes de los países cuyas poblaciones ya padecen de marcadas diferencias en todos los ámbitos. El carácter elitista en el

aprovechamiento de estas tecnologías está dado por factores económicos.

Al respecto, Golding (1994) señala que la brecha entre quienes poseen y quienes no poseen bienes o aparatos de comunicaciones, aumentará en vez de disminuir. Una de las razones es que es intrínseco a la naturaleza de esos bienes que sus propietarios tengan ventajas ante los que no los tienen, porque requieren más que un solo gasto. Deben ser «alimentados», explica, y pone como ejemplo los ordenadores, que requieren actualización, software y otros aditivos como impresoras, modem, cámaras, etc. Hay otros aspectos que también indica el autor, como los costos para los usuarios: las nuevas tecnologías de la información poseen potenciales de interactividad, universalidad y capacidad de estructurar redes. Pero eso envuelve también potenciales opuestos, como la unidireccionalidad en virtud de los flujos verticales en un solo sentido, acceso privilegiado por su alto costo y falta de disponibilidades, así como circuitos cerrados por las barreras institucionales y tecnológicas para su acceso.

### 5. Medios de Comunicación y Globalización

O. Boyd-Barret (1997) ha reseñado las funciones de los medios de comunicación en el proceso de globalización: los medios representan el mundo para el mundo; los productos de los medios son exportados más allá de fronteras nacionales casi siempre sobre la base de recursos de capital provenientes de varias naciones-estado; la atracción de los productos mediáticos demanda de muchas otras cosas como electricidad, *hardware* y *software* electrónico, lo cual tiene implicaciones para la producción e importación local; el suplemento de electricidad lleva a la demanda de otros bienes eléctricos; los medios son vehículos de publicidad y la publicidad de productos estimula su demanda, tanto de los producidos internamente como de los importados lo cual estimula el comercio internacional. Los medios pueden ser aprovechados por las

elites políticas, económicas y militares nacionales para convocar la guerra internacional o hacer propaganda contra otros estados. Los medios son vehículos de expresión de valores y de información, muchas veces importada, que lleva a los receptores por novedosas e impredecibles vías. Las redes electrónicas ofrecen un potencial para las comunicaciones y alianzas de la gente e intereses a través de los estados-nación, con una inmediatez y flexibilidad novedosa. Vemos que para el modelo de la Neo-modernización, los medios de comunicación y las tecnologías de la información tienen una función económica, política y cultural, tanto en los países industrializados como en los países en desarrollo.

Del mismo modo en que las tecnologías de la comunicación han abierto camino para nuevas formas de periodismo, lo han hecho para nuevas formas de relaciones comunicativas. La expansión de los medios de comunicación ha sido también expansión del mundo, de lo que conocemos de él en cuanto a sus problemas y conflictos, de las relaciones sociales:

*«...si pensamos en la progresiva ampliación de las redes de comunicación, en la construcción de un tejido institucional y tecnológico cada vez más vasto y tupido, hemos de advertir que el establecimiento y la intensificación de nuevas relaciones sociales ha generado, además de conflictos, acuerdos y nuevas formas de convivencia entre más y más colectivos humanos, nuevas relaciones sociales que se extienden por todo el planeta en una trama muy compleja»* (Moreno Sardà, 1998:160).

Esta extensión se manifiesta en las redes de comunicación. En América Latina hay experiencias sobre la consolidación de redes electrónicas de comunicación, basadas en el uso alternativo de ordenadores conectados a bases independientes y no centralizadas. M. Pineda (1996), de la Universidad del Zulia, reporta el caso de algunas organizaciones no gubernamentales que permiten a

comunidades específicas (grupos ecologistas, campesinos, obreros, de defensa de los derechos humanos) disponer de información sobre temas como salud, vivienda, asistencia social, trabajo, educación, indispensable para la acción social sobre asuntos que les conciernen. Allí el desequilibrio informativo entre grupos sociales obliga a rescatar los conceptos de democratización de las comunicaciones, de derecho a la información y de garantía a un flujo de información equilibrado desde la óptica de los estados-naciones y desde la perspectiva de las comunidades marginales (como indígenas, negros, campesinos) para articular una política de comunicación democrática.

### 6. Modelo de Comunicación: Las nuevas tecnologías y las sociedades en desarrollo

Un modelo de comunicación en la era de la información debe aprovechar los avances tecnológicos, pero también conjurar los riesgos potenciales de las tecnologías para sociedades en desarrollo, los cuales ya han sido tema de discusiones en instituciones encargadas de la cultura. En este sentido, el Grupo de Trabajo del Sector de la Comunicación, la Información y la Informática la estrategia a medio plazo de la UNESCO, 1996-2001 (UNESCO/CINDOC, 1997), han llegado a la conclusión de que las autopistas de la información pueden ser un peligro potencial para los países en desarrollo, por los riesgos que significan para la diversidad cultural y lingüística y por el aumento de las distancias entre países industrializados y en vías de desarrollo, pero así mismo podrían constituir -como lo dice el mismo documento- una fuente de posibilidades para el desarrollo de métodos educativos, para la circulación de datos y para el aumento de los intercambios interculturales. Un Modelo de Comunicación para el desarrollo ha de estar diseñado para minimizar los peligros y aprovechar las ventajas de las nuevas realidades de los sistemas nacionales y mundiales de comunicación. Y que pueda atender a las demandas de todas

las audiencias, tanto las que requieren mensajes más especializados como las de aquellas cuyas condiciones de acceso a la educación formal y a medios interactivos están más limitadas.

Asimismo, un modelo de comunicación para el desarrollo que sea viable debe ser fundamentalmente dinámico y participativo. Como dice O'Sullivan (2001:111) los expertos *«tienen que entender que no sólo vienen a informar, sino a escuchar, a aprender y a cambiar su perspectiva si fuera necesario»*.

La irrupción de las tecnologías de las comunicaciones en los años 80 provocó cambios sustanciales en los medios de comunicación, pero sus contenidos no lo han hecho en la misma medida. Las direcciones preferentes de los flujos de información, el sistema de propiedad de los medios, el tipo de programación televisiva y radial y de contenidos en los medios impresos, por ejemplo, siguen siendo muy parecidos que antes de la incorporación de los satélites, la fibra óptica o Internet a los sistemas de comunicaciones.

Los medios y las pueden o no servir al cambio, si pensamos que son herramientas, como lo afirman Pierre Fayard y Nicolas Moinet al referirse a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC):

*«El fuerte crecimiento de las industrias de la información al que se añadió la trivialización de los fantásticos medios de comunicación remota, ¿va a suponer oportunidades de desarrollo para los países del Sur o va a reforzar la potencia de los ricos países del Norte? Esta pregunta fundamental no puede dejar de lado el que, antes que nada, las NTIC son herramientas. Por ello, lo que puede marcar la diferencia es un uso inteligente y adecuado. No obstante, resulta más que probable que los países que disponen de una verdadera cultura colectiva de la información sumen ventajas superiores a la hora de sacar provecho de las nuevas condiciones. Basta para demostrarlo la expansión económica de muchos países asiáticos.»* (Fayard y Moinet, 1996:102).

Las nuevas tecnologías han mejorado las posibilidades técnicas de los medios de comunicación, su alcance y el atractivo de sus contenidos. El periodismo, actividad profesional que se expresa en los medios, también ha cambiado por este proceso de innovación tecnológica y por las transformaciones sociales, haciéndose cada vez más especializado.

Las razones de estos cambios son varias. La segunda mitad del siglo XX se ha caracterizado por una gran profusión de los saberes, una enorme cantidad y pluralidad de conocimientos diversos, por una complejidad creciente. Para entender lo que sucede en las sociedades es tan importante la información como su apropiada selección, análisis, valoración e interpretación, lo que implica una especialización en la profesión periodística, que es un nuevo paradigma comunicativo.

Por otra parte, las nuevas tecnologías informativas permiten una mayor segmentación de la audiencia, interactividad, investigación y consulta de información, la especialización de canales, contenidos y receptores y ofrecen a los usuarios mayores posibilidades de escoger los contenidos especializados, lo que también implica el cambio de un periodismo de masas a uno más individualizado y elitista. Asimismo, los propios medios se han visto en la necesidad de alcanzar una mayor calidad informativa y una mayor amplitud y profundidad en los contenidos, lo cual sólo es posible mediante la especialización.

## 7. La especialización como modelo comunicativo

La *especialización* es un modelo de comunicación -y de periodismo- que corresponde al paradigma de la Neo-modernización, aunque no sea un modelo de *comunicación para el desarrollo* en sentido estricto. Ambos se apoyan en las tecnologías de la comunicación. Pero si para la Modernización, la comunicación para el desarrollo debía expandir los conocimientos de unos pocos científicos y tecnólogos a unos públicos masivos -o mediante programas de

comunicación para el desarrollo desde agencias de países desarrollados a comunidades de naciones en desarrollo- la globalización y las tecnologías que la hacen posible han producido un modelo diferente de comunicación social, que en el periodismo se manifiesta por estar dirigido a audiencias cada vez más segmentadas y especializadas, que requieren también informaciones más especializadas en múltiples temas.

El origen de este nuevo paradigma puede hallarse en la aplicación de las nuevas tecnologías informativas, que hacen posible una mayor segmentación de la audiencia, así como una mejor utilización de los medios específicos para la transmisión de mensajes. Las nuevas posibilidades técnicas favorecen la especialización de canales, contenidos y receptores y permiten a los usuarios mayores posibilidades de escoger los contenidos especializados que requiera. Estiman Fernández y Esteve (1993:94; 189) que la pluralidad de conocimientos diversos hace indispensable la figura del especialista que sepa valorar y analizar correctamente aquellas informaciones más necesarias e imprescindibles (1).

El *periodismo especializado*, una de las manifestaciones de la especialización como corriente comunicativa, es definido por Vicente Romano como las actividades de recolección, elaboración, transmisión y recepción de informaciones y conocimientos relativos a un área concreta del periodismo (Romano, 1984). El cambio apunta de un periodismo de masas a uno orientado a audiencias específicas, con intereses más puntuales, con más profundidad.

Una nueva realidad social requiere una lectura novedosa. A. Tuñón (1993) lo define como una disciplina científica aplicada al estudio del proceso de selección, valoración y producción de información de actualidad, con la finalidad de comunicar periodísticamente sobre las diferentes áreas del conocimiento que se dan en la realidad compleja y cambiante de la sociedad de la información. Sostiene que el cam-

bio axial de paradigma es revolucionario, similar a la introducción de la imprenta, y reside en el paso de una comunicación de masas a una individualizada, teniendo en cuenta las posibilidades que ofrecen los nuevos medios de libertad de elección, interactividad, alcance a audiencias selectivas, pérdida de control central, investigación y consulta de información. Este se manifiesta tanto en los medios especializados como en la práctica profesional periodística, y corresponde a los cambios que han sufrido los medios y las audiencias, obligando a revisar las características de los mensajes periodísticos.

Según Tuñón (1993), la demanda creciente del periodismo especializado se origina en la sociedad de la información en la cual tiene lugar una eclosión de conocimientos cada vez más específicos y concretos y también en las demandas informativas de una sociedad de masas, diversificada, además, en grupos con diferentes intereses, gustos y nivel cultural. La necesidad del periodismo de estar al día encuentra su respuesta en la especialización de contenidos, la diferenciación de medios y la búsqueda de audiencias específicas. La sociedad de la información es compleja y descifrar las claves para su comprensión necesita de un saber especializado, pero capaz de interrelacionar unos hechos con otros, tal como pasa en la realidad. Este saber holístico sólo puede darlo la información periodística especializada, a través de una buena divulgación de conocimientos.

La Especialización como modelo comunicativo, se puede resumir de la siguiente manera:

**Emisores:** Periodistas o comunicadores especializados.

**Receptores:** Audiencias que están dejando de ser masivas y tienden a ser sectorizadas, especializadas e individualizadas.

**Medios de Comunicación:** Medios masivos, pero especialmente los multimedia que incorporan nuevas tecnologías y permiten la interactividad.

**Flujo de la Comunicación:** Ver-

tical, con posibilidades de horizontalidad por las nuevas tecnologías de comunicación.

Como la ciencia y la tecnología son pilares que sustentan el desarrollo económico y social en esta etapa histórica, la especialización periodística se presenta como la mejor manera de abordar la actividad de ese sector y en el caso de América Latina, de promoverla, llevarla a la discusión pública y expandir su alcance social.

La especialización periodística requiere una formación sistemática por parte del comunicador. H. Borrat define al periodismo especializado como:

*«...una manera de producir textos periodísticos caracterizada por: 1) la coherencia interna de esos textos; 2) la correspondencia de sus afirmaciones con la realidad y 3) la pertinencia de los conceptos, las categorías y los modelos de análisis aplicados, fuere cual fuere el tipo de texto y el tipo de lenguaje escogidos, el tipo de periódico donde esos textos se publican y el tipo de audiencia al que preferentemente se dirigen.» (Borrat, 1993:83).*

Aclara que la última característica sólo se da en textos escritos por especialistas que conocen plenamente los saberes científicos, teóricos y metodológicos correspondientes. El investigador considera que hay grados diversos de especialización, pero en todo caso, el periodismo especializado supone articular en los productores de textos, la formación teórica y metodológica con la experiencia profesional en el campo de la especialización al que se dedica.

La expansión de las tecnologías de la información y la comunicación forma parte del modelo Neomodernizador de desarrollo, el cual está concebido para extender el sistema económico global a todos los rincones del planeta, por la vía del argumento del progreso como se manifiesta en los países occidentales. Los medios de comunicación y la práctica profesional periodística en este contexto, al hacerse especializados, pueden satisfacer las nece-

sidades de audiencias insertas en la sociedad de la información, que requieren la profundización de conocimientos y la interpretación de los enormes caudales de datos que están en capacidad técnica de obtener, pero es posible que no suceda lo mismo en las sociedades en desarrollo.

## 8. La especialización periodística en América Latina

Consideramos que la especialización periodística en América Latina, como contexto específico, además de permitir una mejor interpretación de la realidad satisfaciendo una necesidad social actual, se enfrenta a los retos de cumplir una función educativa y de no reproducir patrones de exclusión de los públicos no especializados, que también necesitan información, orientación, explicación y educación sobre diversos temas, y de sus vinculaciones con los contextos locales, regionales y globales.

Asimismo, creemos que las políticas de comunicación son una necesidad imperiosa si consideramos las posibilidades de las tecnologías de la comunicación en América Latina. La planificación es perentoria para adecuarlas a las sociedades y en beneficio de las mayorías (Safar, 1991); para entenderlas y apropiarse de esas tecnologías; aprovechar sus posibilidades; hacer frente a la expansión de las naciones y empresas propietarias de tecnologías y recursos de comunicaciones, para utilizar estos últimos según los propios proyectos y prioridades (Trejo, 1996); para promover el desarrollo y la integración cultural (García Canclini, 1995). En esta preocupación también se incluyen las telecomunicaciones.

La manera en que ha ido evolucionando el negocio de los medios de comunicación, en especial desde la incorporación de las tecnologías de la información, ha favorecido la creación de monopolios, los cuales siempre conllevan una situación negativa para los usuarios, en este caso, los públicos o las audiencias. El in-

investigador peruano Rafael Roncagliolo afirma, en este sentido, que la industrialización de las comunicaciones y particularmente la incorporación de nuevas tecnologías, favorece el desarrollo de economías a gran escala e imprime mayor velocidad al proceso productivo, el cual contribuye a la concentración de capital y al incremento de la inversión inicial requerida para instalar y operar medios masivos de comunicación y produce a la concentración de la industria en una estructura en la cual un pequeño número de grandes medios tienen la ventaja económica, tecnológica y mercantil. Junto a estos medios, coexiste un grupo de medios económicamente marginales que sobreviven en precarias condiciones. Para democratizar a las sociedades se deben democratizar las comunicaciones (Roncagliolo, 1994). Y la única manera posible de instrumentar vías de democratización de las comunicaciones es mediante el diseño y ejecución de políticas de comunicación, que abran espacios a los ciudadanos y no sólo a los grupos económicos favorecidos por las actuales leyes del mercado determinadas por la globalización económica.

En los países latinoamericanos, donde la situación económica y educativa de las mayorías limita su acceso democrático a los medios interactivos, donde los programas de sanidad y educación formal necesitan el apoyo de los medios masivos, donde las infraestructuras de comunicación son limitadas para la generalización de los nuevos medios como Internet, es necesario implantar políticas de comunicación que permitan un aprovechamiento democrático y en función del propio desarrollo de las enormes ventajas de las tecnologías de la información, de los medios y de las redes, de esas mismas tecnologías promovidas como esenciales en el paradigma Neo-modernizador. De este modo, la especialización periodística en América Latina puede estar en función de un modelo desarrollo que sitúe a las personas -y no a la economía- en el centro del debate sobre la socie-

dad deseable y que contemple la adquisición y uso de las tecnologías no como meta sino como instrumentos para el desarrollo social en tiempos de globalización.

### Notas

- 1) La especialización, según Pedro Orive y Concha Fagoaga permite el diagnóstico de los problemas de la sociedad actual según en área en que se inserten, discute las posibles soluciones y contribuye a que los lectores se formen una conciencia crítica (Orive y Fagoaga, 1974:69).

### Bibliografía

- AMARAL, Roberto y Elizabeth RONDELLI (1996) *Medios de comunicación de masas y poder en América Latina. Un pequeño ensayo sobre la modernidad arcaica*. Telos (47). Madrid, FUNDESCO.
- BORAT, Héctor (1993): «Hacia una teoría de la especialización periodística». *Análisis 15*. Bellaterra, Universidad Autónoma de Barcelona.
- BOYD-BARETT, Oliver (1997): «Internacional Communication and Globalization: Contradictions and Directions». MOHAMMADI, Ali (ed). *International Communication and Globalization. A Critical Introduction*. London/Thousand Oaks/ New Delhi, SAGE.
- FAIR, Jo Ellen, y Hemant SHAH (1997) «Continuities and discontinuities in communication and development research since 1958». *The Journal of International Communication* (4:2). Sidney, International Association for Media & Communication Research.
- FAYARD, Pierre y Nicolas MOINET (1996-1997): «Control y poder en la comunicación internacional». En Telos (48). Madrid, Fundesco.
- FERNANDEZ, Javier y Francisco ESTEVE (1993): *Fundamentos de la Inf oración Periodística Especializada*. Madrid. Síntesis.
- GARCIA CANCLINI, Néstor (1998): «Las opciones de la política cultural en el context de la globalización». En *Informe mundial de la cultura, 1998*. Barcelona, Centre UNESCO de Catalunya.
- GARCIA CANCLINI, Néstor (1995): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos socioculturales de la globalización*. México, Grijalbo.
- GOLDING, Peter (1994) «The communications paradox: Inequality at the national and international levels». En *Media Development* XLI (4/1994), London, WACC.
- MORENO SARDÀ, Amparo (1998): *La mirada informativa*. Barcelona, Bosch.
- MOWLANA, Hamid (1996): *Global Communication in Transition. The End of Diversity?* Thousand Oaks/ London/New Delhi. SAGE Publications.
- ORIVE, Pedro y Concha FAGOAGA (1974): *La especialización en el periodismo*. Madrid, Dossat.
- O'SULLIVAN, Jeremy (2001): «Comunicación para el desarrollo: una visión hacia el futuro». En *Temas de Comunicación* (10). Caracas, UCAB.
- PINEDA, Migdalia (1997) «Sociedad de la información y globalización en América Latina». En *Comunicación* (98). Caracas, Centro Gumilla.

- PINEDA, Migdalia (1996a): «Las tecnologías y la redefinición de las políticas de comunicación en los años noventa». En: *Comunicación* (93). Caracas, Centro Gumilla
- PINEDA, Migdalia (1996b): *Sociedad de la información, Nuevas Tecnologías y Medios Masivos*. Maracaibo, Editorial de la Universidad del Zulia.
- ROMANO, Vicente (1984): *Introducción al Periodismo. Información y conciencia*. Madrid, Teide.
- RONCAGLIOLO, Rafael (1994): «Toward the Year 2000: A Latin American View». En GERBERN, G; H. MOWLANA y K. NORDENSTRENG (Editores), *The Global Media Debate. Its Rise, Fall, and Renewal*. New Jersey, Ablex Publishing Co.
- SAFAR, Elizabeth (1991). «Los desafíos de la investigación frente a las prácticas en el universo de las comunicaciones». En *Comunicación* (76). Caracas, Centro Gumilla.
- SELA, Sistema Económico para América Latina (1987): «Comunicación, tecnología y desarrollo». *Papeles del SELA*, (7). Argentina. Ediciones de la Flor.
- TEHRANIAN, Majid y Katharine K. TEHRANIAN (1997): «Taming Modernity: Towards A New Paradigm». MOHAMMADI, Ali (editor). *International Communication and Globalization. A Critical Introduction*. London/Thousand Oaks/ New Delhi, SAGE.
- TREJO, Raúl (1996): *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes*. Madrid. Los Libros de Fundesco.
- TUÑÓN, Amparo (1993): «L'especialització en periodisme: un canvi de paradigma». En *Análisis* (15). Bellaterra, UAB.
- UNESCO (1999) *Anuario Estadístico*. E.U.A, Unesco Publishing & Bemar Press.
- UNESCO (1998) *Informe mundial de la cultura*. Barcelona, Centre UNESCO de Catalunya.
- UNESCO (1981): «Introducción al análisis de la política científica y tecnológica». En: *Estudios y documentos de política científica*. N° 46. Paris, UNESCO.
- UNESCO (1974): Declaración sobre los principios rectores del empleo de las transmisiones por satélite para la libre circulación de la información, la difusión de la educación y la intensificación de los intercambios culturales. Paris, UNESCO.
- UNESCO/CINDOC (1997): *Informe anual sobre la Comunicación. Los medios frente al desafío de las nuevas tecnologías*. Madrid.
- ZALLO, Ramón (1992): *El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación*. Donosti, Tercera Prensa-Gakoa Liburuak.

(\*) Magíster en Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Doctoranda en Ciencias de la Comunicación. Profesora de la Universidad de Los Andes, Dpto. Comunicación Social.

E-mail: argeliaferrer@cantv.net

Fecha de recepción: junio 2002  
Fecha de aprobación definitiva: septiembre 2002

Investigación realizada con el apoyo del CDCHT de la Universidad de los Andes. Código: NUTA-H-133 -00-09-C