

PERIODISMO ECONÓMICO Y FINANCIERO

ROSA DEL RÍO
SÍNTESIS-MADRID, 2004- 287 p.
ISBN 84-9756-219-4

Aunque ésta es la segunda obra que Síntesis dedica expresamente al periodismo especializado, al que da rango de *colección* bajo la batuta del profesor Cebrián Herreros, hay que recordar que ya publicó una de la más importantes obras en la materia, *Fundamentos de la información periodística especializada* en 1993¹. Diez años ha tardado en volver, primero con *Ciberperiodismo*² y ahora con este estupendo volumen de la profesora del Río, *Periodismo económico y financiero*, a la tan demandada y consolidada senda del periodismo especializado.

Rosa del Río es Directora del Máster de Información Económica de la Universidad Complutense de Madrid y periodista en ejercicio a cargo de la dirección del semanario económico *El nuevo lunes*. Reúne, por tanto, la doble condición académica y profesional tan aconsejable en los que deben abordar el arduo camino que va de la teoría a la práctica, o viceversa.

El libro es una apuesta muy arriesgada, ya que intenta hibridar un texto universitario, un conjunto de unidades didácticas prácticas, un libro de estilo y un volumen de referencia de conocimientos económicos básicos. Todo esto pretende Del Río en 287 páginas que deben ajustarse como un guante a la docencia

y, a la vez, hacerse un hueco en la estantería al alcance de la mano del redactor novel.

La obra está estructurada en dos partes. La primera, un sexto del total, contiene una introducción histórica al periodismo económico, así como una explicación de su concepto y estructura. En la segunda, la autora ahonda en las áreas de subespecialización temática: macroeconomía, empresas, financiera, monetaria, bolsa, Unión Europea e información económica internacional. Todos los capítulos incluyen un panel de prácticas acompañadas de su correspondiente "corrección" que la autora transcribe para que el alumno la compare a modo de *solución* con su propio texto.

En esta primera parte, más académica, Del Río dibuja una evolución del periodismo económico que ha pasado "de ser prácticamente inexistente a ocupar el tercer puesto en difusión en los medios de comunicación". Además de convertirse en el "corazón de la información política", toda información de actualidad necesita, para Del Río, explicar sus ingredientes económicos para considerarse "completa" (p. 29).

A partir de ahí, la periodista va desgarnado los componentes de su fórmula. "El

¹ FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. y ESTEVE, F. (1993): *Fundamentos de la información periodística especializada*, Madrid: Síntesis.

² PARRA VALCARCE, D. y ÁLVAREZ MARCOS, J. (2004): *Ciberperiodismo*, Madrid: Síntesis

dato es el rey, (...) El dato es la noticia económica en sí" (p.32). Y la comparativa con el mismo dato de un periodo anterior es el contenido que el periodista debe articular en un discurso periodístico que se abstenga de "apreciaciones mediatizadas por las fuentes" (p. 34). La complejidad de la información económica nunca puede ser una disculpa para el profesional que no se hace entender, pues "la falta de claridad suele esconder la ignorancia del redactor o de la fuente" (p.34) y la "adaptación del lenguaje especializado al lenguaje generalista es un imperativo periodístico porque la economía ha dejado de ser una información patrimonio de unos pocos" (p.36).

La tipología de las fuentes periodísticas que Del Río proporciona en esta primera parte puede parecer algo pobre, y también nos parecerá contradictoria con la afirmación de que no hay especialidad que tenga más. Sólo al ir leyendo página a página los capítulos de la segunda parte, con su detallada enumeración de fuentes estadísticas e institucionales, se nos revelará hasta qué punto tiene razón.

La ética ocupa una parte relevante de lo que tiene este libro de manual. Además de incluir el texto del Código Ético de la APIE (Asociación de Periodistas de Información Económica), la autora hace su propia propuesta, aún más restrictiva que la de la asociación, abogando por el blindaje ante las fuentes y su identificación, la política de anticonfidencialidad y la curiosa propuesta de aceptar "sólo regalos alimenticios que se puedan comer en 48 horas" (p. 41). Incluso aborda el espinoso asunto de hasta dónde puede llegar un "PIE" (periodista de información económica") en sus inversiones

personales, vetándole la toma de acciones o participaciones de control en las empresas de las que informe. La creación de una comisión con capacidad sancionadora al periodista y al medio remata su proposición de decencia.

Del Río entiende el periodismo económico como un servicio a aquellos que toman decisiones económicas. Si se toma al pie de la letra, hoy en día, esto significa casi todos. Es en esta estructura donde imbrica al *periodista de fuente*, nueva denominación para los periodistas de gabinete de prensa. "El responsable de comunicación tendrá que facilitar la información tal y como a él le gustaría leerla en un periódico y no como le gustaría leerla a su jefe" (p. 46), dice la autora confiada en que esta visión idealista tendrá lugar porque los empresarios se convencerán de que "el oscurantismo crea más recelos que la transparencia" (p. 47). La nota de prensa ha de ser una noticia y se redactará como el mismo esquema de las Ws, las ruedas de prensa estarán plenamente justificadas y a su frente se situará un máximo ejecutivo de la compañía que dará un titular de verdad. Si no es así, es mejor callarse. En el caso de tomar la decisión de comunicar, la profesora Del Río ofrece consejos e informaciones prácticas muy útiles para llevar a cabo las estrategias de comunicación con los medios: horarios de cierres de los medios, amplitud de la difusión, canales óptimos, oportunidad e inoportunidad de las llamadas telefónicas.

Las diferencias entre prensa, radio, televisión e internet son objeto de análisis y de planteamiento práctico, teniendo en cuenta si el público destinatario es generalista o especializado, más o menos experto, o más o menos interesado. Leer, escuchar y ver son

cosas muy distintas, proporcionan ventajas y desventajas y exigen adaptaciones específicas. Falta, en este apartado, un análisis más profundo que reflexione sobre las oportunidades que Internet ofrece, especialmente la interactividad, el valor de la infografía y la capacidad comparativa, a la que la autora concedió tanta importancia en las primeras páginas. Si "el dato es el rey", Philip Meyer³ debería ser su válido, pero Del Río no le ha considerado necesario para llevar adelante su construcción teórica, por otra parte honestísimamente referenciada en el apartado de "bibliografía citada".

El esquema de las prácticas al final de cada capítulo es sencillo y eficaz, una de las mejores aportaciones del libro. Primero se presentan los datos en bruto que podrían proceder de un informe, una nota o rueda de prensa. La autora y el alumno elaboran entonces un esquema de contenidos que ordenará los datos por el interés que suscitan en la audiencia. Ya sólo queda seguir las tradicionales reglas de la pirámide invertida, con la redacción de titular, antetítulo, subtítulo, entradilla y cuerpo para tener una noticia que comparar con la que la autora proporciona. No se puede pedir más al excelente ratio de conocimiento por página que logra la autora, pero se echa de menos la incursión en otros géneros además de la noticia.

En la segunda parte, la que desglosa las temáticas, Del Río se encara con el eterno problema del docente de periodismo especializado. ¿Impartir conocimiento de economía o técnicas periodísticas aplicadas a estos casos? ¿Cómo unir las dos necesida-

des del discente? ¿Cuántas áreas abarcar? Del Río ha tomado las decisiones adecuadas para alcanzar los objetivos posibles. Ha apostado, en lo puramente temático, por las irrenunciables macroeconomía y microeconomía vinculada estrictamente a empresas. Ha añadido a éstas la bolsa, las finanzas y la política monetaria. Y, en lo temático con implicación geográfica, ha dedicado un capítulo a la información económica de la Unión Europea y otro más a la de ámbito internacional.

Sería imposible comentar aquí el detalle de estos prolijos y densos capítulos que se desarrollan con el mismo esquema. Los primeros epígrafes explican los antecedentes históricos, conceptos y definiciones para entender el área en lo que se refiere a conocimientos económicos. En segundo lugar, se ocupa de las fuentes que el periodista puede usar. Y, en tercer lugar, se desarrollan las prácticas que cierran cada capítulo. A medida que avanza el texto, éstas se van haciendo más difíciles. Y, bien por la complejidad inherente o por una ignota intención de la autora, las partes teóricas dedicadas a financiero y Unión Europea quedan desequilibradas con el resto. El nivel de conocimientos previo que se exige al lector en estos apartados es superior al que se exige en el resto del volumen. Resto, que por su parte, es digno de servir de ejemplo por la inteligibilidad que predica y aplica.

La edición es más que aceptable y las contingencias del campo obligarán seguro a una revisión en menos de un lustro. Por su parte, el glosario que se incluye en el anexo tiene una enorme utilidad como recordatorio

³ MEYER, P.: (1991). *The New Precision Journalism*, Bloomington, Indiana: The University of Indiana Press.

de conceptos y sus 147 entradas son un buen referente a la hora de las consultas rápidas para aclarar dudas concretas sobre jerga económica.

Se ha recorrido un largo camino en los textos de periodismo especializado de aplicación práctica. La mezcla de metodologías es el último escalón que requieren las herramientas de marcada vocación docente en el ámbito periodístico. La fórmula de Del Río debería llevarse a otros periodismos especializados. Tal

y como debe conocer todo periodista de información económica, la ley de la oferta y la demanda explica que las piezas escasas, buenas y necesitadas por la gente adquieren valor en el mercado. Eso es lo que le pasa a este libro.

Juan Carlos Nieto Hernández
Universidad San Pablo-CEU
Madrid