

El Periodismo Económico

I. LA IMPORTANCIA DEL PERIODISMO ECONÓMICO

Los temas económicos y financieros son actualmente de preocupación general. ¿Cómo lograr cubrir esta importante demanda de información y de análisis económico y financiero, teniendo en cuenta las propias características de la actividad periodística?; ¿Qué papel le corresponde, hoy en día, al periodista especializado?; ¿Qué elementos debe tener en cuenta para realizar su tarea? Estas son algunas de las interrogantes sobre las cuales es necesario reflexionar.

De lo que se trata es de informar y orientar al gran público lector, oyente y televidente, acerca de los fenómenos económicos y financieros que les están afectando. Pero el periodista especializado no es ni economista ni investigador; no tiene por qué serlo; es principalmente, un periodista.

El periodista económico debe realizar, entonces, una función de intermediación entre dos importantes sectores. De un lado, las instituciones públicas y privadas que tienen que ver con el quehacer económico y la toma de decisiones, los centros productores de información, los economistas profesionales e investigadores; y, de otro lado, el gran público lector, oyente o televidente. Esta tarea, evidentemente, no es sencilla, pues supone un mensaje que debe ser lo suficientemente claro como para que sea entendido por el gran público pero a la vez debe basarse en un análisis serio con sustento técnico y con un mínimo de rigurosidad en el manejo de los términos económicos. El mensaje del periodista económico debe ubicarse, por lo tanto, en un punto intermedio, tratando de no caer ni en la vulgaridad del análisis económico, ni en el academicismo puro o en el tecnicismo, pues ambos extremos son inadecuados para el cumplimiento de sus objetivos.

El gran público, lo que desea es que en ese breve lapso de tiempo que le puede dedicar diariamente a la lectura de periódicos y/o revistas, ó escuchar un noticiero por radio o televisión, se le den los elementos de juicio suficientes no sólo para saber qué es lo que está sucediendo sino, principalmente, para comprender el por qué está sucediendo así y no de otra manera. Lo que el gran público quiere es una orientación para su participación en la actividad económica, trátase de un empresario industrial o un comerciante, un empleado público, un profesional independiente, un estudiante o una ama de casa.

II. LA FUNCIÓN DEL PERIODISMO ECONÓMICO

A nuestro juicio, tres son los aspectos básicos en la tarea del periodista económico especializado:

1. En primer lugar, se debe procurar informar de la manera más objetiva posible, esto es, examinar desprejuiciadamente los hechos tal como son y no como uno cree que son o hubiese querido que fueran. En este aspecto, es importante, sin embargo, reflexionar un poco más en el sentido que la objetividad plena no existe. Nuestros pensamientos y nuestros actos están condicionados por determinados sesgos ideológicos derivados de nuestra posición social, formación profesional, o del contexto en el cual nos desenvolvemos. Esto es particularmente importante de entender cuando se analizan fenómenos económicos a los cuales está necesariamente vinculado -de manera directa o indirecta- el periodista económico en su vida cotidiana.

Por ello, cuando nos referimos a una información económica, lo más objetiva posible, lo hacemos conscientes que existe esta limitación. Pero aquí, lo importante no es tanto que se tenga un sesgo ideológico determinado, sino que el periodista económico esté claro en el probable margen de error al que lo pueda conducir su sesgo y que, por tanto, no "traslade" este error al gran público. Además, el mensaje debe ser lo suficientemente transparente para que el lector, oyente o televidente, tome su propia opción frente a la información que está recibiendo. Se trata, en consecuencia, de un problema de ética profesional y, en última instancia, de un problema de conciencia para el periodista especializado.

Pero es claro que con respecto a esta primera tarea de informar, el periodista se encuentra mejor preparado por su propia formación profesional. Las características particulares, acerca de cómo tratar la noticia es algo que depende más de la capacidad individual del periodista y del medio de expresión en el que trabaje. Los problemas aquí pueden surgir en lo referente al grado de confiabilidad de la información, los criterios para seleccionar la mejor fuente, la búsqueda de la primicia, etc.

El periodista especializado es básicamente un comunicador, pero también debe proyectarse acerca de lo que puede acontecer en el campo económico y financiero en un futuro inmediato. El tratamiento de información de actualidad es a este respecto sumamente importante, y el cómo adelantarse a la noticia es algo que también depende de la capacidad y de la experiencia del periodista. Pero la tarea del

periodista especializado en temas económicos y financieros no sólo debe quedar en la información adecuada y oportuna. Su tarea recién empieza ahí, pero el gran público requiere algo más que información; necesita una cierta interpretación del fenómeno sobre el cual se le está informando.

2. Junto a la información sobre un determinado fenómeno económico, el periodista especializado debe tratar de presentar las diversas opiniones existentes en torno al mismo, y esto es un aspecto que debe comprenderse bien por las propias características de los fenómenos sobre los cuales se está informando. En efecto, los fenómenos económicos son sumamente cambiantes en tiempo y, por lo tanto, el análisis económico también está en constante evolución. En economía no hay verdades absolutas sino relativas; una determinada teoría puede en cierto momento explicar de mejor manera la coyuntura económica, pero bajo otras condiciones esa misma teoría puede perder validez.

Este problema se ha hecho mucho más evidente con la crisis económica a nivel mundial que ha explicitado la necesidad de encontrar nuevas teorías más adaptadas a la compleja dinámica económica y financiera actual. Entonces, si los propios economistas y otros profesionales especializados no pueden todavía ponerse de acuerdo en lo referente a las políticas más adecuadas para afrontar problemas, mal podría un comunicador de masas pensar que determinada posición o determinada medida es la única alternativa posible para enfrentar cierto problema económico. Debe ser, por lo tanto, preocupación permanente del periodista especializado, el presentar como segunda tarea, los puntos de vista coincidentes o discrepantes de los diferentes sectores, instituciones, o personas vinculadas al tema económico sobre el que se esté informando.

Se podría pensar que esta segunda tarea no se relaciona tanto con el objetivo básico de un periódico, revista o noticiero; esto es, el de informar o, como se dice comúnmente, el de "vender noticias". Pero, es necesario tener en cuenta que hoy en día, el demandante de los servicios periodísticos es cada vez más exigente y, por lo tanto, ya no sólo quiere que le informen sino que además le esclarezcan un poco la noticia y las diversas posiciones en juego con respecto a la misma.

3. Finalmente, y teniendo en cuenta que ya se ha informado sobre el fenómeno económico y se han planteado las diversas opiniones al respecto, el periodista económico especializado puede proponer al lector, oyente o televidente, una interpretación determinada que, a su juicio, sea la más adecuada para analizar el respectivo fenómeno económico.

Hay, sin embargo, quienes sostienen que el periodista económico no debería sugerir una opción determinada sino sólo presentar todas las alternativas posibles. Desde nuestro punto de vista, el adoptar una posición es una actitud perfectamente válida para el periodista económico, siempre y cuando su análisis sea lo suficientemente transparente como para que el público se dé claramente cuenta que esa es la opción que sugiere el periodista y no que es la única opción; y que, además, el planteamiento esté debidamente sustentado en base a un análisis serio, que tenga un mínimo de sustento técnico, que responda a una adecuada investigación de las fuentes y principalmente que no recurra al fácil camino de descalificar las demás posiciones, satanizando a sus autores.

Es importante reiterar que el mensaje del periodista económico debe ser presentado de manera sencilla y hasta cierto punto didáctica, pensando en quién va a ser el usuario final del mismo. La experiencia profesional del periodista le permite captar aquellas "ideas-fuerza" que sean los aspectos sustanciales del fenómeno económico, sobre el que está informando y/o analizando. Aquí radica, precisamente, la ventaja de periodista especializado con respecto al economista profesional o al investigador para transmitir hacia el gran público ideas y opiniones que de otra manera no podrían canalizarse adecuadamente. Es pues, el contacto permanente con los usuarios de la información y con la noticia misma, lo que le da al periodista especializado esa particular característica para desarrollar su misión

Así, escogiendo adecuadamente sus fuentes, el periodista no necesita ser un erudito en aspectos económicos y financieros para poder captar lo esencial del problema. Necesita si, una cierta formación básica que le permita ubicar de manera más rápida y adecuada las "ideas-fuerza". No obstante, se corre el riesgo de que después de un cierto tiempo el periodista especializado cometa los mismos errores que criticó inicialmente y empiece a tratar temas de manera sofisticada que no lleguen a ser comprendidos por el gran público. Un aspecto importante a tenerse en cuenta consiste en determinar hacia qué tipo de público se está dirigiendo el mensaje y, por lo tanto, cuál es el lenguaje más adecuado para llegar con claridad hacia ese lector, oyente o televidente promedio.

Por otro lado, es también necesario tener en cuenta que aquella persona que compra un diario o revista, o escucha un noticiero, por lo general tiene preferencias y no muestra el mismo interés para todas las secciones especializadas. Un estudio realizado algunos años atrás en el país, demostraba, por ejemplo, que un lector promedio que compraba un diario o una revista de cuarenta páginas, no leía todo el diario de manera homogénea, y que sólo un 10% de los lectores leían la página editorial. Teniendo en cuenta que una página económica es aún mucho más especializada, podemos considerar que el porcentaje de lectores que llegarían o leer esta página, es también relativamente bajo, lo que hace aún más necesario

el manejo de un lenguaje adecuado, ágil y sencillo.

IV. ALGUNOS PROBLEMAS EN LA TAREA DEL PERIODISTA ECONÓMICO

La tarea del periodista económico no es sencilla. En efecto, son variados y complejos los problemas que debe superar.

Una primera dificultad, se relaciona al carácter dinámico del fenómeno que analiza. Ello exige que el periodista económico tenga necesariamente que actualizarse permanentemente en la obtención de mejores fuentes de información. La rapidez con que se desarrollan los fenómenos económicos y la necesidad de brindar diariamente (en el caso de los periódicos) una información y análisis ágil, obliga al periodista económico a un esfuerzo permanente por una mayor especialización.

De otro lado, tal como ya se ha señalado, el hecho que en el marco de la actual crisis económica, las teorías tradicionales se encuentren también en crisis, plantea otra dificultad. En efecto, ¿cómo presentar un análisis adecuado al gran público si ninguno de los enfoques de las escuelas económicas conocidos son aceptados hoy en día como el más adecuado y si el debate entre académicos e investigadores cae muchas veces en el dogmatismo o en un tecnicismo mal comprendido?

Frente a ello, el periodista económico debe tratar de presentar los diferentes puntos de vista de la manera más objetiva posible. El hecho que se encuentre fuera de la discusión entre académicos o investigadores, le da la capacidad y frialdad necesaria como para poder ubicar el aspecto sustancial de la discusión y de informar y analizar sobre aquello que sea de interés general y que quizás la discusión académica no lo percibe claramente.

Otra dificultad, se vincula a la disponibilidad de información adecuada y oportuna que requiere el periodista especializado, especialmente en el caso de la información estadística. En un país subdesarrollado como el nuestro, la escasa información disponible es un problema que se encuentra a todo nivel. Si a ello le agregamos el hecho que buena parte de esta información no es de buena calidad ni está adecuadamente sistematizada, y que, por lo general, está ya desfasada para su utilización en el análisis económico, entonces al periodista especializado se le presentan grandes dificultades para el normal desempeño de sus funciones.

Se dice que quien tiene acceso a la escasa información existente tiene, por ese "privilegio", un cierto poder. No les falta razón a quienes sostienen este argumento. En todo caso, al periodista especializado le corresponde, en este aspecto, una importante tarea: debe buscar un acceso directo a las fuentes primarias de información, verificar su consistencia, sistematizarla, y luego difundirla a través de los respectivos medios de comunicación. Es decir, el periodista económico debe contribuir a hacer más transparente el fenómeno económico para el gran público al que sirve. En todo caso, es el sentido común y la capacidad de criterio de cada periodista, lo que le permitirá encontrar la mejor fuente.

Otro aspecto a considerar, se refiere al grado de especialización que tenga el periodista económico. De hecho, cuanto menos especializado esté, más superficial y empírico será su análisis. Ello lo puede hacer caer inclusive, en el excesivo culto a la actualidad o en el sensacionalismo, con las negativas consecuencias que esto puede tener en la opinión pública. La manera cómo el periodista económico puede superar estos "defectos profesionales" es especializándose más y manteniendo una invariable amplitud de criterio.

Quizás una de las mayores dificultades que encuentra el periodista económico, es la presión que pueden tener por parte de quienes conducen o poseen en propiedad el medio de expresión en el que trabajan. La predominancia de la opinión que sobre ciertos temas económicos tienen los que conducen un determinado medio de expresión, ha hecho que inclusive la opinión pública ya lo identifique con esa corriente de opinión. Por otro lado, muchas veces el periodista se impone una autocensura que no es conveniente.

En un contexto como éste, la objetividad y la credibilidad del análisis del periodista económico puede verse seriamente afectada. La mejor manera de enfrentar este problema, es desarrollando una política informática que incluya los tres aspectos básicos que desarrollamos en el numeral anterior. El periodista económico debe mantener, en este sentido, la mayor dependencia de criterio posible y sobre todo evitar que la opinión sobre determinado fenómeno económico sea lo que prevalezca frente a la información y el análisis de las diferentes opciones al respecto.