

El Periodismo Especializado y la Economía

Leandro Cantó*

Resumen

Partiendo de una crítica a la formación que reciben los periodistas en el pregrado universitario que, según el autor, no provee al estudiante de las herramientas metodológicas para manejar las fuentes especializadas, se propone una visión de cómo debería ser la formación para ejercer el manejo de la información económica.

Abstract

Starting from a criticism to the formation received by journalists in the university that, according to the author, doesn't provide students the methodological tools for the handling of specialized sources, it proposes a vision on how should the formation be for the exercise of economical information management.

Résumé

La formation universitaire actuelle en communication ne fournit pas, selon l'auteur, les instruments méthodologiques nécessaires pour une manipulation adéquat des sources spécialisées en économie. A partir de cette constatation, l'auteur avance quelques propositions permettant de remédier à cette situation.

* Profesor de la Cátedra "Comunicación económica" en la Escuela de Comunicación Social de la UCAB y profesor del IESA.

En las sociedades contemporáneas, el periodismo es sinónimo de una escala intermedia entre la ciencia y el conocimiento científico por un lado, y la imposibilidad de abordar todo sujeto del mundo y el saber por el otro. Ello se debe a que la *información espectáculo* no es sino uno de los matices de la actividad periodística. Para llenar las redacciones de reporteros de farándula, caballos de carrera o sucesos varios sangrientos y espectaculares, no es en absoluto necesario (y nunca lo ha sido en ninguna parte del mundo) disponer de un profesional universitario. En consecuencia, es evidente que los estudios superiores apoyan al periodismo más avanzado de todos, aquél por el cual lo que antes era crítico, inaccesible o complicado de saber, termina siendo interesante, a la mano y, sobre todo, útil para el lector. El periodismo ha dejado de ser mera distracción, para convertirse en un servicio permanente y muy variado de consultoría, acercándose al nivel de los profesionales del ramo.

El periodismo moderno altamente profesionalizado se fundamenta en que el trabajo del reportero tiene validez metodológica, cabe dentro de la categoría del conocimiento sistemático, dispone de la credibilidad suficiente y, finalmente, alcanza la suficiente independencia como para considerarse como objetivo, no en términos meramente éticos, sino sobre todo, funcionales. Este periodismo es el de las secciones lejanas al *espectáculo* de la noticia, se trata de esas especialidades de las cuales el lector saca información útil para su proceso de toma de decisiones. Es el periodismo que ha venido a sustituir lo sensacional por lo racional, lo espectacular por lo operativo. Es el único periodismo que justificarla existencia de un derecho a la libre expresión del pensamiento, porque finalmente es el tipo de prensa que ayuda a que la gente piense y tome decisiones libres y acertadas, justamente como aquélla de elegir a un médico y no a un curandero cuando se sienten enfermos.

El periodismo actual se basa en el hecho de que se nutre del conocimiento y no en el a *mi me parece*. Un redactor de sección económica política o internacional, un cronista de ciencia y tecnología, de medicina o de asuntos municipales no es en absoluto un relator de lo primero que se le pasa por la mente ni de lo que el primer entrevistado le dice. El fundamento del periodismo moderno es la investigación, y todo proceso de pesquisa informativa requiere el dominio de una metodología y de sus técnicas asociadas. Pero además acontece que cada especialidad tiene su metodología, por lo que es comprensible que los reporteros de finanzas del *New York Times* o *Le Monde* sean duchos en técnicas tales como el análisis microeconómico o la evaluación contable.

No es la metodología general y generalizada que se estudia en la carrera de comunicación social la que permitirá al graduado enfrentar cualquier análisis particular en cualquier especialidad. Limitado en la técnica de organizar el conocimiento de una materia en particular, el periodista de

estas camadas puede ser esclavo de lo que los demás le digan, opinen o sugieran. La solución mágica de este periodismo sin metodología de investigación en las especialidades que abordan es la entrevista, la declaración o la rueda de prensa, grabador en mano, mera reproducción de palabras, frases y pensamientos, surgidas de personas que, para el periodismo moderno, no son sino agentes de opinión que deben ser cuidadosamente sometidos a la prueba del conocimiento moderno. La alternativa final consiste en refundir estudios, manuales e informes, sonsacando párrafos y reproduciendo bloques de texto que ni siquiera el redactor comprende, y sin que exista el más mínimo proceso intelectual de revisión y análisis de la información que se maneja.

Esto lleva necesariamente a decir que no existe realmente periodismo moderno que no sea profundamente especializado. El periodista no es una caja de resonancia de lo que los demás opinan; por ser así, muchas veces la prensa ha caído en desgracia. No basta con requerir la opinión de los especialistas; es necesario que el reportero tenga el criterio suficiente para dos procesos igualmente importantes: la correcta aplicación de un cuestionario, fundamentando sus preguntas en planteamientos coherentes y objetivos precisos de conocimiento, y la adecuada selección de los materiales informativos, para dejar de lado lo intrascendente y conservar lo que realmente responde a los fines de su búsqueda y a lo que constituye la esencia misma de la noticia, a saber, lo que tiene interés y relevancia para su público.

Sin especialidades completas, los periodistas son víctimas de una permanente improvisación tanto en el abordaje del sujeto como en la selección de los materiales. Las más descabelladas falacias, los más flagrantes lugares comunes, los galimatías más notorios pasan desapercibidos tanto por los cuestionarios de la investigación como por las redacciones finales de los trabajos. Al no dominar el paradigma particular de, por ejemplo, la economía, las finanzas o la ciencia política, los periodistas caen en el primer error metodológico, a saber, comienzan por plantear incorrectamente el problema, lo que en la mayoría de los casos representa ya el fracaso de la investigación, como tantas veces se dice en los estudios de la metodología del estudio científico.

Estos dos anteriores problemas conducen a afirmar que, carente de una metodología y de un cuerpo de conocimientos, el periodista puede terminar siendo víctima de su propia limitación de criterio para manejar la información. La base de toda prensa moderna es que sea creíble, valga decir, que la relación entre lector o espectador y periodista se encuentre fundamentada en la credibilidad de este último y en la confianza que deposita en él su público. Así como la gente rechaza el trabajo de los cronistas hípicas que no están bien *dateados*, de igual forma las secciones de economía,

política, finanzas o internacionales dejan de ser objeto de cuidadosa atención por parte del lector si los que allí escriben regularmente incurren en los frecuentes errores de quien carece de dominio de la materia que aborda o, peor aún, de una persona que desconoce lo que verdaderamente es importante para su público.

Los públicos de esas secciones no son el mortal de la calle, sino personas cuyas decisiones pueden depender de esas noticias, comentarios o reportajes. No aparece nunca el gran periodismo especializado sino cuando el lector considera que el redactor es un verdadero experto en la materia que trata; la prensa económica especializada que caracteriza al *Financial Times* o al *Wall Street Journal* no se basa sino en la enorme credibilidad de que disfrutaban sus redactores, en su mayoría economistas con un postgrado en finanzas o en administración. La prensa moderna no se basa ni en el chisme, ni en el *yo creo*, sino en la síntesis cualitativa, en la presentación de materiales altamente confiables en los cuales el lector fundamenta sus decisiones personales en materias de tanta relevancia como sus ahorros, el devenir de su empresa o la escogencia de un gobernante. Sin credibilidad, el periodista es una simple veleta, sometida a los avatares de las opiniones interesadas y los poderes económicos y políticos que dominan la sociedad.

Sólo armado de un sólido conocimiento, una metodología valedera y una credibilidad sustantiva, el periodista logra la independencia, base de la libertad de expresión. Carente del cuerpo cognoscitivo requerido, el periodista depende de lo que los demás le ofrezcan, material que él toma sin saber cuál es su calidad ni qué real trascendencia tiene para sus lectores. Un periodista incapaz de generar por sí mismo, de acuerdo a sus conocimientos y a las técnicas de investigación que aplique, una información trascendente, sacada de donde nadie se esperaba saliera algo importante, es víctima de un sistema que lo domina y al cual se subalterna.

Puede vivir de la ilusión de su independencia si dispone de los medios para publicar lo que se le antoje, pero eso no basta para ser libre. Ese poder decir cosas, sin estar seguro de su validez, credibilidad o trascendencia, es un comportamiento irracional que se deriva exclusivamente del disfrute de una parcela de poder que le puede justamente dar el gremialismo monopólico o la adulancia del poder político o económico. Pero en ningún caso se impone a la sociedad vía la razón; afirma lo que le parece o, peor aún, lo que los demás lo convencen de que diga. Pero eso no es independencia: ningún lego, por mucha capacidad que tenga para publicar en primera página, debería dormir tranquilo si desconoce la calidad de la información que ha difundido. La libertad es conocimiento de causa, y un iletrado pierde sus derechos políticos por el hecho de no saber leer; más pierde un iletrado funcional, que finalmente carece de criterios para reconocer lo que es válido de lo que no lo es.

Al carecer de los elementos fundamentales del periodismo actual, el redactor es siempre sujeto de desconfianza. Las empresas periodísticas se niegan a darle espacios para el periodismo interpretativo y de investigación a sus profesionales no sólo por las razones de hegemonía empresarial tantas veces denunciadas y, de paso, nunca combatidas por el gremio, sino fundamentalmente por el hecho de que un director con algo de criterio debe reconocer que sin metodología, sin conocimientos y sin credibilidad, el periodista casi siempre es víctima de intereses ajenos a él mismo, comprometiendo de paso la credibilidad del medio.

No se puede pedir la entrega de los mandos de un avión lleno de pasajeros a un aficionado y, en materia de especialidad y metodología, los periodistas que salen de nuestras universidades están sólo iniciados, mas no funcionalmente entrenados para hacer frente a la responsabilidad de hacer investigaciones creíbles, es decir, equiparables a las que se derivan de unas técnicas calificadas. No se intenta decir que no lo puedan hacer, sino simplemente que, así como se compara al brujo con el médico y se prefiere a éste, de igual manera se puede inferir que, con el cuerpo de conocimientos que ha obtenido en sus años de universidad, ese periodista carece del instrumental teórico y técnico suficiente para realizar un trabajo de investigación de calidad. Es necesario que el periodista moderno se especialice para que pueda alcanzar la verdadera y fundamental independencia.

Las necesidades de la prensa actual se deben resolver con profesionales debidamente adiestrados, porque no es viable la suposición de que estos graduados en generalidades científicas se hagan cargo de las informaciones que con mayor frecuencia y en creciente número van a recibir, procesar y utilizar los verdaderos profesionales. El periodismo de nuestros países puede estar cada día en mayor crisis porque los lectores están cada vez más por encima de los informadores. Para una población de 300 mil empresarios, administradores, economistas, ingenieros industriales, contadores y abogados comerciales y mercantiles, existe apenas un equipo de periodistas salidos de una universidad con apenas un par de semestres de economía, nada de finanzas y administración que, sometidos a la prueba del escarceo, no resisten a un simple escarceo de las nociones más elementales.

Para los otros cientos de miles de deportistas, entrenadores y dirigentes, otro tanto. Para las camadas de médicos, odontólogos, enfermeras, farmacéutas y veterinarios, para los miles de físicos, químicos, geólogos y matemáticos que compran la prensa y leen las secciones de medicina, ciencia y tecnología, contamos apenas con un grupo de voluntariosos periodistas que carecen del instrumental metodológico necesario para ponerse por encima de sus lectores, ganándose así la credibilidad que necesitan tener.

Si el periodismo está en crisis, es porque no se adapta a las exigencias de la moderna sociedad post-industrial, dominada por la tecnología de la información instantánea, a la que nos acercamos. Para su éxito, el periodismo requiere de una metodología, unos conocimientos, un criterio y una independencia ante la fuente. Para conquistarlo, no basta con proclamar consignas en las calles, ni reunir a los profesionales de esta enseñanza a meditar sobre ello. Es menester comprender que el periodista viene perdiendo rango profesional; se autocalifica de serlo, pero no llena el vacío de las expectativas de información de la sociedad moderna. Para no permitir que los improvisados reporteros de años pasados llegaran a las redacciones, se inventó un sistema por el cual sólo se institucionalizó la enseñanza de la comunicación social, pero esa instrucción no es suficiente para permitir que los periodistas se especialicen y cumplan así con la misión que les impone el periodismo moderno.

Es falso que algún monstruoso sistema, ajeno al alcance de los gremialistas, deteriore la validez profesional del periodista y que sea por ello que su trabajo sea siempre clasificado entre los menos apreciados en un sistema social en expansión. También es esencialmente falso que los medios sean los causantes de la mediocridad del periodismo; ellos se adaptan al compromiso entre su viabilidad económica y el riesgo que implica permitir que un equipo de profesionales medianamente entrenado, aunque sea conducido por la buena fe, tome las riendas de lo que se deba decir en sus páginas. Los medios de comunicación actúan ajustados a un mercado de trabajo y anunciantes, y se basan en esas condiciones para orientar sus políticas editoriales.

Es la calidad profesional del periodismo la que atrae lectores y publicidad; el mercado está allí, abierto a las nuevas experiencias. Si no existe buen periodismo en Venezuela, es porque simplemente no se reúne el equipo humano capaz de hacerlo y ese equipo difícilmente aparecerá mientras persista la visión de una profesión que realmente no lo es en forma integral, basada en una carrera universitaria que ayuda poco al verdadero mejoramiento profesional del periodismo; basada más en técnicas funcionales que en sólidos conocimientos. Por muchos títulos que se le den al periodista, siempre será ese hombre con un *mar de conocimientos de un dedo de profundidad*, como en muchas ocasiones me han dicho mis alumnos.

CARACTERÍSTICAS DEL PERIODISMO ECONÓMICO

La información económica, como cualquier otra fuente básica del periodista, tiene matices esenciales que la diferencian de muchos otros orígenes de datos y materiales. La diversidad de sus raíces es uno de sus elementos distintivos; el necesario adiestramiento del periodista es otro; finalmente, lo tenue de sus límites se convierte en el tercer rasgo distintivo

de esta especialidad periodística. Revisemos uno a uno estos elementos básicos.

A diferencia de otras fuentes periodísticas, la económica se encuentra altamente diversificada; en este sentido se asemeja bastante al periodismo deportivo, en lo que concierne a las múltiples disciplinas que se deben abordar, exigiendo técnicas y conocimientos distintos para hacerlo. En el periodismo moderno, ya no se puede hablar rigurosamente de *fuentes económica*, sino de una multiplicidad de fuentes que se relacionan con la economía. Ello exige, en consecuencia, una definición de lo que debe ser *economía* para un periodista, de suerte que no se diferencie demasiado de lo que es *economía* para las demás ramas del saber.

Economía puede ser una ciencia, un sistema de producción de bienes y servicios o una virtud. Las dos primeras se han quedado como sinónimos de la fuente económica, a saber, la ciencia que estudia la búsqueda, transformación, distribución y consumo de los bienes y servicios que necesita la sociedad, así como todos aquellos elementos que tengan una relación directa con esos procesos. Igualmente se habla de *economía* para referirnos a un sistema de producción y distribución de bienes y servicios como el estudiado por la ciencia económica, pero circunscrito a los límites geográficos, geo-políticos o legales que le impone el hombre; en tal caso nos referimos a la economía como la actividad productiva que se realiza en un país, una región, un continente.

En el sentido de ciencia, la fuente económica apunta a los recursos teóricos de su estudio. Es de más en más común ver a los periodistas recurrir a la opinión de los estudiosos de esta ciencia para orientar a los lectores acerca de los diferentes aspectos que encierra el estudio de la actividad productiva humana.

Sin embargo, es el sentido de conjunto de actividades productivas circunscritas a un país o al intercambio internacional donde la fuente económica encuentra la más importante diversificación. Una clasificación que puede no ser exhaustiva nos dice que el periodismo económico contemporáneo se divide en las siguientes categorías:

1. *Políticas Económicas*: el conjunto de las decisiones, leyes y demás actividades desarrolladas por las autoridades de un país que afecten el funcionamiento del sistema económico existente. Esta fuente ya se encuentra a su vez subdividida en las categorías de la macroeconomía moderna y en los plazos que generalmente se aplican:

1.1. *Políticas económicas fiscales*, para las fuentes relacionadas con el gasto público, sus orígenes, objetivos y políticas;

1.2. *Políticas económicas monetarias*, para las fuentes relacionadas con la administración de la moneda y las políticas fiduciarias del Estado;

1.3. *Políticas económicas de desarrollo*, para las fuentes relacionadas con las decisiones relativas al crecimiento económico del sistema productivo y la redistribución de la riqueza;

1.4. *Políticas económicas de intervención*, relacionadas con el conjunto de las decisiones adoptadas por el Estado para intervenir en el sector privado y modificar sus comportamientos, actividades u objetivos de acuerdo a lineamientos generales de política. A diferencia de las decisiones de desarrollo, las de intervención se suelen considerar como acciones coyunturales o circunstanciales, mientras que aquéllas buscan orientar el funcionamiento de la economía hacia metas y objetivos a mediano y largo plazo.

2. *Economía de la Producción*: esta fuente incluye las actividades de los agentes económicos productivos directamente, es decir, de aquellos responsables de la búsqueda, transformación y distribución de los bienes y servicios que se consumen en una sociedad dada o en un país. Al igual que la fuente de las políticas, la economía de la producción se encuentra subdividida en dos grandes e importantes categorías:

2.1. *Las actividades de las unidades de producción*, conocida como microeconomía en el ámbito académico, que busca informar y analizar los acontecimientos en el ámbito de dichas unidades o empresas, incluyendo los trabajos de negocios.

2.2. *Las actividades conjuntas de las unidades de producción*, o economía sectorial, que aborda los temas de conjunto para una determinada agrupación de empresas en torno a una categoría definida de actividad productiva.

3. *Opinión Económica*: esta fuente recoge los puntos de vista de aquellos agentes directa o indirectamente relacionados con la actividad económica acerca de lo que está sucediendo en las dos categorías anteriores (las políticas económicas y las actividades productivas). Opinantes pueden ser tantas personas o grupos como podamos identificar de acuerdo a los casos específicos, pero en líneas generales se conocen las siguientes fuentes de opinión:

3.1. *Las organizaciones empresariales*, tales como cámaras de comercio y producción, grupos *ad hoc* de opinión y las instituciones creadas a tal fin;

3.2. *Las organizaciones laborales*, que reúnen al movimiento obrero organizado y a las asociaciones de profesionales, técnicos u obreros especializados que actúan en la actividad económica de un país;

3.3. *Las organizaciones políticas partidistas*, que tienen puntos de vista convergentes o divergentes con los diferentes agentes de acción u opinión económica;

3.4. *Las organizaciones o movimientos* orientados a influir en el comportamiento de los agentes económicos para modificar sus conductas, lo que incluye una amplia gama de posibles fuentes, tales como organizaciones vecinales, conservacionistas o estudiantiles.

4. *La Economía Internacional*: es una de las fuentes más amplias y complejas del periodismo moderno; se caracteriza por comprender en sus límites todas las actividades económicas de otros países, es decir, la totalidad de las anteriores categorías en naciones diferentes a la que difunde la información, así como las actividades específicas del mundo económico:

4.1. *Políticas económicas internacionales*, para todo lo relativo a las decisiones gubernamentales que afectan la marcha de los intercambios internacionales y

4.2 *Actividades de intercambio*, es decir, todo lo concerniente a la compra, venta, comercialización y distribución mundial de bienes, servicios y recursos financieros.

5. *Periodismo Económico Especializado*. no se debe olvidar que existen fuentes altamente especializadas que tienen relevancia para un país, un medio o un público en especial. Cada una de estas facetas se reflejan en una actividad de búsqueda, mantenimiento y renovación de fuentes relativamente limitadas; así surge el *periodismo petrolero*, especialidad fundamental de los países con alta dependencia del petróleo como fuente de sus ingresos fiscales, o del *periodismo publicitario*, para referirse a la actividad del sector anunciante en especial. En realidad, se puede asumir que el periodismo especializado es, esencialmente, una alta concentración del interés del periodista, el medio o el público en algún sector o actividad económica, definido bajo el rubro *economía de la producción* en la llamada *actividad sectorial*.

Un elemento distintivo que hemos identificado al inicio de este ensayo es la especialización del periodista. Es quizá el más evidente, pero también el más incompleto de los requisitos del moderno periodismo económico. Se entiende que el redactor económico debe saber de qué está hablando, no sólo porque debe seleccionar los materiales que recibe de acuerdo a un criterio de razonable, sino además porque está obligado a decidir acerca de lo que es y lo que no es una noticia en materia económica.

El periodista como mero transcriptor de informaciones es un intermediario, no un profesional. Por la ausencia de un cierto nivel de especialización, los redactores pueden incurrir en el frecuente error de llevar a las páginas o espacios de sus medios informaciones de connotada irrelevancia, carentes de interés o desprovistas de suficiente argumentación técnica, acentuando una tendencia a la mediocridad que desprestigia no sólo los medios, sino también a la profesión, amén de echar sobre el buen nombre

del periodista el clásico y peyorativo adjetivo de *pirata*, lo que sin duda afecta su futuro en la actividad profesional.

La especialización en el periodismo es vista como una necesidad que surge directamente de la calidad y nivel del público al que se dirige la información. Como la política cotidiana apunta a todos, se cree que el redactor debe limitarse a repetir lo que los agentes de opinión política le comunican; a medida que los lectores son más avisados, el reportero debe manejar con mayor atención la calidad de sus informaciones. Aunque no comulgo con lo primero, estoy convenido de la segunda perspectiva y no quisiera dejar pasar la ocasión para comentarla en mayor detalle.

Un periodista económico es un agente de selección de informaciones en función de los intereses de sus lectores. Examina su entorno, analiza las tendencias, y escoge aquellas notas cuyo contenido se compagine con la definición de noticia: todo aquello que le interesa al público del medio. Es evidente que, para poder identificarse con lo que le interesa a lectores cada vez mejor preparados en materias tales como macroeconomía, administración o finanzas, el periodista tiene que saber qué es lo realmente importante para ellos, para buscarlo y difundirlo.

La información económica, como otras fuentes actuales, tiende a ser meramente declarativa en la medida en que es el informante, y no el periodista, quien detecta lo que le interesa al público de la fuente. Así, los portavoces de ministerios, partidos políticos u organismos empresariales son los que deciden qué se debe decir, cómo se ha de decir y cuál será la cantidad de datos necesarios para demostrar lo dicho; el periodista sin suficiente calificación profesional en estas materias, se convierte en un mero intermediario, un *anda-ve-y-dile* que, en casos extremos, pero reales, es el hazmerreír de quien realmente sabe de qué se está hablando, al incurrir en errores de Perogrullo económico.

La especialización es una exigencia del público. Cuando éste se encuentra formado por profesionales con suficientes conocimientos de la materia, se pone por encima del redactor, quien comienza a perder credibilidad. Esa falta es aprovechada por los directores de los medios para exigir al periodista exacto ceñimiento a la fuente y abstención casi total de hacerse elemento mediador entre la fuente, la información y el público. Los medios se van haciendo así cada vez más aburridos, justamente porque, al no existir la tradicional calidad periodística de escoger temas, fuentes y declarantes, la noticia es seleccionada de acuerdo a criterios extra-periodísticos, incluyendo factores ajenos tales como intereses particulares de los declarantes o de las fuentes.

La especialización profesional del redactor es un imperativo de la fuente económica; ningún periodista que la cubra puede aspirar a ser un

verdadero reportero, inteligente en su selección de temas, audaz en sus apreciaciones y bueno en el arte de rechazar lo baladí e irrelevante, si no tiene el instrumental teórico suficiente para hacerlo. Para conseguirlo, el periodista deberá procurarse todos aquellos mecanismos que le permitan conocer el temario y los enfoques de la economía con un grado de profundidad suficiente como para que se pueda equiparar a las exigencias normales de sus lectores o su auditorio.

Para ello, conviene seguir algunos pasos importantes:

Una educación formal suficiente: el periodista debe asistir obviamente a cursos de economía del nivel de pregrado, pero si desea especializarse, es casi un imperativo moderno hacer un postgrado en la materia y sus afines, como la administración, la gerencia o las finanzas. Es el mejor aval de su capacidad para afrontar las exigencias de su especialidad.

Una documentación integral y extensa: la biblioteca y los archivos de un periodista económico y del medio donde trabaja deben contener los volúmenes, las revistas y los documentos fundamentales para ampliar y documentar cualquier trabajo periodístico.

Un permanente estudio de los sujetos: no basta con estar informado acerca de lo que sucede en la economía o en su área específica de interés; es necesario mantener un estudio sistemático de la literatura no sólo periodística, sino además teórica, manifestada en las publicaciones especializadas destinadas a tal fin. El periodista que se alimenta exclusivamente de las informaciones que procesan sus colegas cae irremediabilmente en el círculo vicioso de la retroalimentación, es decir, de estudiar solamente lo que ya sabe.

Aprender de los mejores profesionales: los grandes diarios y revistas son un buen medio para aprender cómo hacer un periodismo serio, honesto e inteligente. El redactor económico que sigue de cerca el trabajo de los medios reconocidos internacionalmente, como *Fortune*, *The Economist*, *L'Expansion* o *Ambito Financiero* está en contacto con quienes permanentemente hacen escuela en la información económica especializada.

Permanente revisión de los conceptos: el periodista económico puede ser víctima de un cierto inmovilismo intelectual si no está atento a los cambios en las teorías, las doctrinas o las prácticas. No basta con haber estudiado: es menester permanecer atento a la evolución del saber humano en su especialidad.

Aunque no sea exhaustiva, la enumeración de elementos básicos para la especialización del periodista económico que acabamos de presentar puede servir de base para que los redactores de la fuente tomen consciencia de la importancia que tiene para ellos un creciente grado de formación en su materia. Debe quedar claro, en cualquier caso, que un periodista puede

trabajar por años cubriendo la fuente económica sin llegar a ser nunca un especialista; sólo el autojuicio y la honestidad profesional se lo pueden demostrar. Lo que evidentemente es cierto es que en nuestro país no se rinde culto al saber como debería hacerse, a los fines de alcanzar la excelencia profesional. Sin esa excelencia, el periodismo es perseguido por la mediocridad y la incapacidad para cumplir con su misión, que no es otra que la de informar exacta, correcta y seriamente a su público.

El manejo de la fuente económica enseña al periodista una máxima fundamental, y es que detrás de lo meramente productivo se puede esconder un conjunto de valores e intereses extraños al temario abordado o las informaciones como tales. Es evidente que en cada hecho informativo está implícito el interés particular de personas, empresas, instituciones u organizaciones políticas, gremiales o religiosas, para citar algunos de los casos más comunes.

¿Dónde comienza la verdadera información económica y dónde termina? ¿Cuándo estamos beneficiando o afectando intereses particulares con nuestro manejo de las fuentes y de las noticias? ¿Cuándo estamos haciendo política? ¿Cuándo estamos defendiendo una doctrina determinada, una búsqueda específica de votos? ¿Cuándo está nuestro informante mintiendo o dando verdades a medias que afecten los intereses rivales y cooperen con los suyos? Estas son, en esencia, las preguntas que deben acordarnos al momento de tratar nuestra fuente económica, la que quizá, junto a la política, sea la que más grandes y poderosos intereses mueva en el mundo moderno de la información.

Cuando cumplimos con el trabajo de periodista, en el sentido de ser los encargados de buscar, procesar y presentar al público las informaciones que sean de su verdadero interés, estamos partiendo del supuesto de que somos creíbles y confiables. Saber determinar las fronteras de nuestras informaciones es parte fundamental de nuestro trabajo: el público espera que nosotros seamos capaces de hacerlo, porque confía en nuestro profesionalismo para hacerlo. Si estamos ocupados en trabajar para una institución o grupo de interés particular, si escribimos en las páginas de opinión o se nos califica de columnista en un medio, la gente está advertida de que lo que estamos diciendo es una visión particular de la realidad. Pero cuando estamos en la plantilla regular de un diario, una revista o una emisora de radio o televisión, somos periodistas que nos debemos a un solo interés: al de la línea editorial del medio, que tiene como meta cumplir con las expectativas de su público.

¿Cuál es ese interés? Ya lo estudiamos en las escuelas de comunicación social y lo leemos en los códigos de ética, pero conviene repasarlo:

El público debe estar informado: todo lo que le interesa debe llegar a sus manos; es contrario a la ética del periodista escamotearle al lector informaciones porque las mismas afecten intereses extraños a los del público.

El periodista debe informar honestamente. si la fuente representa un interés particular, es deber del reportero decir claramente al público cuál es ese interés; si la información defiende intereses de unos en detrimento de los intereses de otro, el periodista debe decir cuáles son ambos y en qué medida se benefician o afectan.

El redactor no debe autocensurarse. la autocensura es una práctica contraria al interés del público y una falta a la ética profesional. Es culpable de deshonestidad y mala fe quien lo hace, por lo que no puede ser aceptado que un periodista incurra en la práctica de autocensurarse, a fin de evitarse la molestia de ser censurado por otro. Si es el medio, o el Estado o algún interés particular el que procura callar ciertas informaciones que el periodista considera que el público debe saber, que sean ellos quienes asuman la responsabilidad ética de haber censurado una información.

El periodista se debe a lo que considere es verdad. por mucho que le duela al redactor, y por duro que afecte sus creencias, la ciencia ha sido y sigue siendo el mecanismo por el cual se derrumban falsas teorías y se construyen nuevas verdades; las investigaciones en materia económica han hecho variar grandes paradigmas y muchas doctrinas políticas. Tanto el periodista como sus fuentes tienen creencias, valores y principios políticos, económicos y sociales que se ven afectados por el avance del saber, pero el primero en aceptar los cambios de la ciencia y llevarlos a su enfoque profesional es el periodista, no importa cuáles mitos deba destruir para lograrlo. Sólo la permanente búsqueda y curiosidad intelectual permite al redactor acercarse al ideal de la verdad.

Es una lamentable práctica la de construir una montaña de trabas a la información, siguiendo criterios ajenos al interés del público, que comienzan por abstracciones de lo que es bueno para el país, para el Estado, para la sociedad, y que irremediablemente terminan en lo que más conviene al informante, al periodista, al editor, al medio, al partido, al gremio o al sindicato. El periodista sólo debería tener interés en su público: lo que es bueno que el público sepa, es bueno para él. El lector no debe ser el receptáculo de lo que otros estiman debe recibir como información; el oficio del periodista es detectar los verdaderos intereses de su público y orientar sus pasos en la búsqueda de esa información. La gente cree en él y espera de él la mayor seriedad y honestidad en el manejo de sus fuentes y las informaciones que de ellas emanan. Los medios de comunicación saben que la gente cree objetivamente en ellos y cometen muchas veces el error de suponer que esa credibilidad es suficiente argumento para ponerse al servicio de ideas e intereses particulares, sin saber que basta con informar honestamente para que la verdad surja siempre, y ellos —medios y periodistas—, terminan perdiendo credibilidad y mercado.

Todo el problema radica en lo que la gente espera de un medio y de las personas que lo hacen: que le suministren la información que desean recibir, y sobre todo que sea buena, en el sentido de su utilidad. Esto es particularmente cierto en el caso de las informaciones de carácter económico. Las personas que pagan esas informaciones—anunciantes y compradores de medios— quieren que se les preste un servicio con la misma calidad que exigen a las demás formas de intercambio. Es tonto pensar que alguien que está pagando por *saber la verdad* se conforme con esas explicaciones de que los *supremos intereses de la Patria* o la *seguridad del sistema económico y financiero nacional* impiden dar una información efectivamente útil.

Sin embargo, existe otra muy frecuente confusión: creer que los medios de comunicación deben estar al servicio de los que el periodista *cre*e le interesa a su público y que, en consecuencia, esos medios no pueden tener una política editorial. El periodista debe comprender que el argumento del *derecho a la información* no es suficiente para neutralizar los *derechos de propiedad* que tienen los legítimos dueños de los medios. No podemos aducir un derecho, ni ajeno ni propio, para impedir que otras personas puedan disfrutar de su derecho, igualmente legal y reconocido por la sociedad.

Finalmente, ante este punto debe quedar claro que los diferentes argumentos que hemos esgrimido en estos *temas* siguen teniendo plena validez: los informadores responderán naturalmente a sus propios intereses antes que a los de los demás. Sucede, como indicáramos líneas atrás, que está en el interés del informador ser creíble, porque ese es su negocio. Nadie dice que debe alcanzar la verdad y acercarse al ideal de la objetividad porque tenga que hacerlo, sino porque está en su interés personal, así como la buena calidad a bajo precio es un imperativo del mercado para productores y comerciantes. No existe inconsistencia entre lo que el periodista desee realmente para sí y lo que pueda hacer para dar más y mejor información al público, especialmente cuando se trata de materias relacionadas con las decisiones económicas que toman los agentes en una situación de constante incertidumbre.