



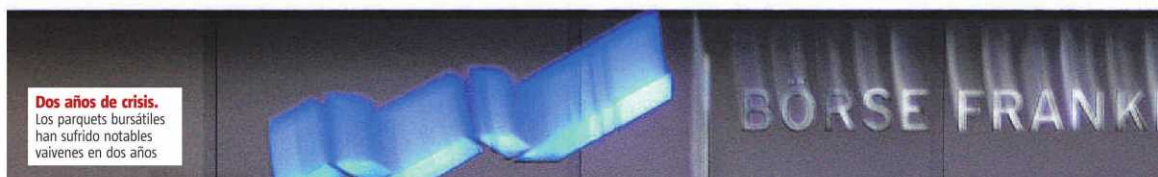
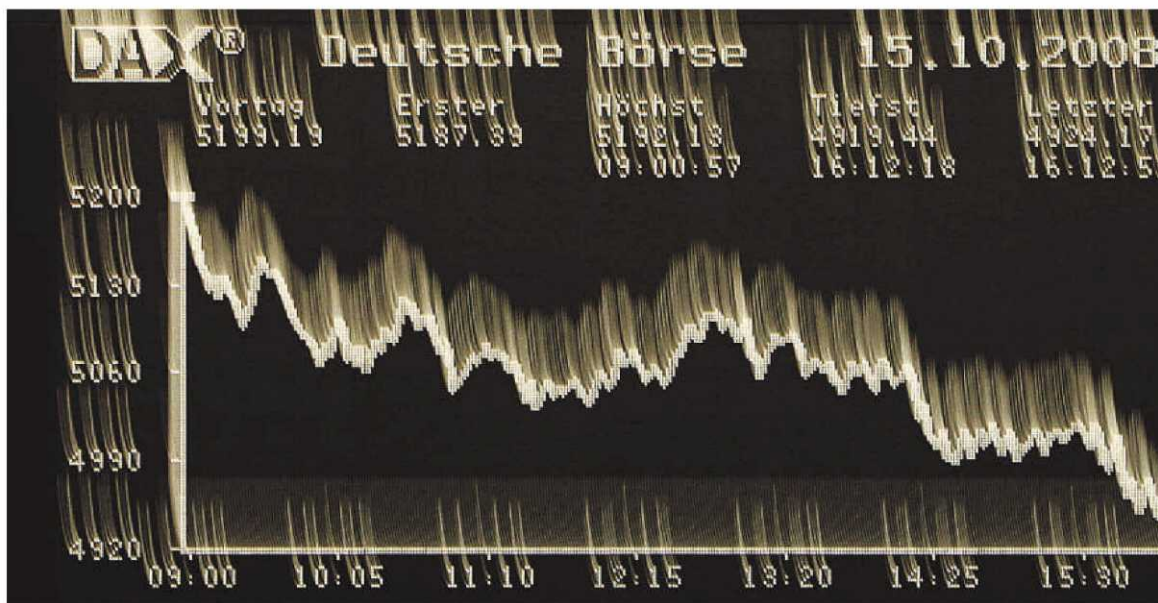
La información periodística ante la recesión económica

SALVADOR ENGUIX  
Valencia

Lo ha dicho la Comisión Europea: España será la única de las grandes economías de la Unión Europea que seguirá en recesión a final de este año. El dato, que augura otras malas noticias, como el aumento del paro, se suma al goteo incesante de informaciones que durante casi dos años han divulgado, entre la opinión pública, la evolución de una crisis económica sin precedentes, en España y en el mundo. *La Vanguardia* ha querido conocer la opinión de expertos y analistas económicos sobre el tratamiento que los medios de comunicación, y en especial la prensa, han dado y siguen dando a una crisis que se ha instalado de manera firme en el ideario colectivo. Y, especialmente, en esos millones de españoles afectados directamente por esos hechos y noticias que han copado las portadas de los diarios.

**¿Demasiada información?** “La prensa no ha sido alarmista; lo hubiera sido si después no se hubieran cumplido los peores pronósticos”. Quien lo dice es José García Montalvo, catedrático de Economía de la Universitat Pompeu Fabra y uno de los mayores expertos en el sector inmobiliario. Recuerda, al respecto, que cuando la prensa decía hace años que el sector inmobiliario crecía un 17% al año “nadie decía que alarmaba; pero cuando dice que el sector se hunde sí lo dicen; yo creo que simplemente la prensa reflejaba una realidad confirmada con datos y hechos”. Y concluye que “si algo es evidente es que la prensa acertó más que el Gobierno cuando advirtió de la existencia de la crisis”.

Todos los expertos consultados coinciden en señalar que “los datos objetivos” que se han ido conociendo –aumento del paro, quiebra de bancos, aumento del déficit, etcétera– han justificado el tratamiento de la prensa a los hechos destacados de esta crisis. Xavier Segura, jefe del servicio de estudios de Caixa Catalunya, comenta como ejemplo que, a causa de la crisis, se han ido redu-



# Prensa veraz contra el pánico

Los expertos valoran el papel que el periodismo ha desempeñado en esta crisis

ciendo las páginas dedicadas en los periódicos a ofertas de empleo y a la oferta de compra y venta de viviendas. “Eran hechos bastante significativos que confirmaban una realidad, y que avalaban el papel que ha ejercido y ejerce la prensa”. “No cabe duda –añade– de que los medios de comunicación tienden a destacar, a ampliar, las expectativas negativas, pero esto respondía a la lógica de la situación; no se puede, por ello, culpar a la prensa de crear alarmismo, además, tampoco los medios han sido tan decisivos”.

**La interpretación de los datos.** Una cosa es la información y otra





**LOS GRANDES TEMAS DE LA CRISIS ECONÓMICA**

**Lehman Brothers**

La quiebra del cuarto banco de inversión de EE.UU. en septiembre disparó las alarmas

**Pánico en las bolsas**

En marzo las bolsas se hundían a niveles del año 2002, con pérdidas de más del 50%

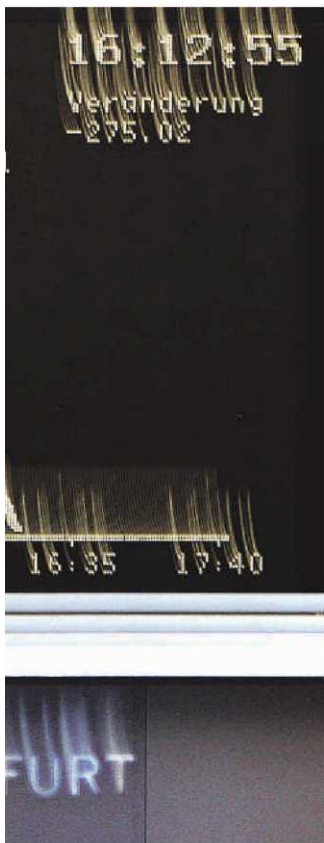
**Crisis empresarial**

Las portadas de los diarios han reflejado las quiebras de las grandes empresas: inmobiliarias y fabricantes de coches a la cabeza



**Cuatro millones**

En abril la EPA daba el dato: en España el paro afectaba al 17,36%



DANIEL ROLAND / AP

cosa la opinión. La evidencia, que forma parte de todos los manuales de estilo de la prensa, la destacan los expertos criticando que mientras los datos se han dado bien, las interpretaciones han hecho mucho daño. Joaquim Trigo, director ejecutivo de Foment del Treball, lo explica: "Recuerdo que cuando comenzó la crisis se habló de refundación del capitalismo, de crisis del sistema y ese tipo de cosas, y se ha visto que estas interpretaciones no tenían ningún fundamento. Sin embargo, el tiempo ha dado la razón a la información que ofrecían los diarios".

En esta reflexión, sí que se traza una línea entre el papel de la prensa escrita y el que han desempeñado los medios audiovisuales. Enrique Bustamante, catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Complutense de Madrid y experto en economía, lo advierte: "La peor cara de los medios se ha visto en la radio y la televisión, en las tertulias que frivolidaban continuamente la crisis, convirtiéndola en un cruce de 'decires'". Sobre el papel de la prensa, Bustamante concluye que "los medios españoles están, aparentemente, informando bien de la crisis, pero en general sólo en términos macroeconómicos y técnicos, como si fuera un fenómeno natural... sin desarrollar en profundidad las causas, la política neoconservadora y anarcocapitalista que

**PARLAMENTO DE PAPEL**

La pluralidad de la prensa occidental ha permitido encontrar en ella recetas, recomendaciones, pronósticos... y todo tipo de análisis. Aunque inicialmente se dijo que los medios habían contribuido a la espiral de la crisis, el paso del tiempo indica que la prensa, con sus distintos enfoques, refleja la complejidad de la economía.

**Prensa de la excelencia y TV sensacionalista**

■ Edmund Andrews es uno de los reporteros económicos de referencia de *The New York Times*. Pocos conocen como él los entresijos de la política económica y monetaria de Estados Unidos. Y, sin embargo, de nada le sirvió todo esto cuando en pleno boom inmobiliario compró una casa con una hipoteca que, como a millones de conciudadanos, le dejó al borde de la ruina. Andrews ha contado la experiencia en un libro que evidencia que la gran prensa de este país no vio venir la mayor crisis de las últimas décadas. Algunos han comparado los fallos a la hora de detectar la burbuja a los fallos de la prensa en el inicio de la guerra de Iraq. Ya durante la crisis, que coincide con una crisis profunda de la prensa, el periodismo ha oscilado entre la excelencia de los grandes diarios y el sensacionalismo de las televisiones financieras como CNBC. La crisis también ha disparado la influencia de blogs de economistas (entre ellos, el del Nobel Paul Krugman). En muchos casos han marcado la agenda del debate. / M. Bassets



**Unánime elogio del modelo francés**

■ La crisis es un tema permanentemente presente en los medios de comunicación en Francia, donde la situación económica llevaba ya años en el centro del debate político. La recesión ha aumentado si cabe la intensidad del debate y ha concitado además una sorprendente unanimidad: el otrora estigmatizado modelo francés -enorme sector público, elevada protección social- es hoy señalado como el salvavidas que está permitiendo a Francia resistir mejor que sus vecinos europeos. ¡Hasta *The Economist* lo dice! A partir de aquí, el optimismo se refugia en la derecha: "¿Y si consiguiéramos salir...?", abría en portada el semanario *Le Point* hablando ya en abril de signos positivos para una salida rápida de la crisis. Si unos están más inclinados a escrutar con benevolencia los datos macroeconómicos, en la izquierda se presta más atención a la crispación social -"La insurrección francesa. ¿Hasta dónde puede ir?". Titulaba una semana después en primera



**Historias de creatividad italiana**

■ El primer ministro italiano, Silvio Berlusconi, acusó en su día a la prensa de magnificar la crisis, presentándola "como algo definitivo y trágico, cuando sí, es grave, pero el adjetivo 'trágico' es exagerado". A decir verdad, la prensa refleja la situación de modo bastante equilibrado, alternando información macroeconómica de cifra pura y dura -sobre todo el prestigioso diario económico *Il Sole-24 Ore-*, con historias de corte humano sobre pensionistas y amas de casa a la caza de ofertas en el supermercado. Se ven también a menudo reportajes sobre creatividad italiana para afrontar la crisis: cómo vestir elegante con menos presupuesto, grupos de madres que se autoorganizan una guardería, vacaciones en función de los vuelos de aerolíneas de bajo coste... Los medios dan las cifras del paro (que ha crecido; hay 1,5 millones de parados sobre 60 millones de habitantes), pero sostienen que la red de pequeñas y medianas empresas del país se está revelando crucial para que la crisis no resulte aún peor. / M. Paz López



**Crisis con poca sangre en la prensa plural**

■ La prensa alemana sigue con la natural atención los avatares de la crisis económica. La política de impuestos, el estado de las exportaciones o la situación en el sector del automóvil se siguen con lupa, pero, ¿dónde está la crisis? Hay poco reportaje sobre su impacto social. Gracias a medidas como el *kurzarbeit*, la estrategia de reducción de jornada que afecta a cerca de dos millones de trabajadores, antes de las elecciones el paro (¿aún?) no era un drama nacional. Siendo la prensa alemana más plural e independiente que la española, y pese a que la crisis tomó fuerza en plena precampaña de las generales, el seguimiento de la crisis está menos politizado. A ello había contribuido hasta ahora que el gobierno fuera de coalición entre los dos partidos mayoritarios. Ahora veremos qué ocurre cuando se forme el nuevo gobierno. Pero la menor crispación mediática tiene que ver también con aspectos de fondo como la tradición de consenso y el papel, manso y despolitizado, de los sindicatos locales. / R. Poch



**Crónicas de partido de fútbol**

■ Los medios de comunicación británicos han seguido la crisis como si fuera un partido de fútbol, con la pasión y el sensacionalismo de un acontecimiento deportivo. Que quiebra Lehman Brothers, ¡GOOOOOL! de los malos y 0-1. Que las hipotecas basura plantean un agujero de decenas de miles de millones a los bancos, penalti, tarjeta roja y ¡GOOOOOL! de los enemigos del sistema, 0-2. Que las bolsas se hundien, 0-3. Que los gobiernos occidentales responden con un plan de rescate, ¡GOOOOOL! al contraataque, 1-3, y no todo está perdido. Que se dispara el desempleo, 1-4. Que surgen los primeros brotes verdes, 2-4. Que Francia y Alemania salen de la recesión, 3-4 y emoción al rojo vivo. Y así sucesivamente... Por supuesto que también hay voces serias, pero la prensa del Reino Unido se ha dejado -y se deja- llevar por la pasión. Primero ayudó a magnificar la crisis y la equiparó a la Gran Depresión del 29. Cuando la crisis amenazó la subsistencia de los periódicos, ya era demasiado tarde para echar el freno. / R. Ramos



**INFORMACIÓN E INVERSORES**

**Los inversores prefieren la información rigurosa aunque sea dura**

**OPTIMISMO Y PESIMISMO**  
**El enfoque condiciona las reacciones, positiva o negativamente, del ciudadano**

se ha instalado no sólo en EE.UU., sino también en España".

**Economía sensible a las noticias.** Un punto de vista interesante sobre el papel de los medios lo ofrecen aquellos que deben tomar decisiones en materia económica y financiera de acuerdo con las informaciones que se divulgan en los medios. Joaquín Vila-Belda, ingeniero en organización industrial y socio director de LAB Consultores de Empresa, subraya que ha habido episodios de "catastrofismo" y también de "optimismo"; y que en ambos casos "se han provocado efectos negativos". Lo matiza: "Las malas noticias venden, y han provocado graves consecuencias como la caída

**PRENSA GENERALISTA**

**Los expertos ven positivo el papel ejercido por los periódicos en la crisis**

**JOSÉ GARCÍA MONTALVO**  
**"La prensa acertó más que el Gobierno cuando advirtió de la existencia de la crisis"**

del consumo o la retirada de depósitos; pero algunos medios se han esforzado en difundir una confianza, un optimismo irreal, que puede provocar seguir manteniendo algunas de las conductas que nos han conducido a la crisis". La información rigurosa, contrastada y equilibrada es, a juicio de Fernando Letamendia, analista de bolsa, "fundamental". Defiende este experto en mercados de valores y futuros, tan hipersensibles a los titulares de prensa, que el buen inversor valore que los datos que se le ofrecen sean de buenas fuentes, que estén contrastados, que haya calidad; y así, aunque la noticia sea dura, "se toman decisiones sobre hechos reales".