
Chris ROUSH

Profits and Losses. Business Journalism and its Role in Society

Marion Street Press, Oak Park, Illinois, USA, 2006, 250 pp.

Durante el último siglo, el periodismo económico estadounidense ha sido referente esencial para el ejercicio de esta especialidad informativa en todo el mundo. *The Wall Street Journal*, *Business Week*, *Fortune*, *Forbes*, *Bloomberg*, *CNBC*, *Dow Jones News-wires*, constituyen sólo una muestra, quizá la más conocida en el plano internacional, del extraordinario abanico de medios de información económica, financiera y de negocios existente en aquel país. En ningún otro lugar del planeta, el periodismo económico ha alcanzado las cotas de prestigio, de importancia en todo tipo de medios, y de relevancia pública que ha logrado allí. Y sin embargo, aunque pueda parecer extraño, hasta la publicación de *Profits and Losses* no existía un análisis histórico reciente, mínimamente presentable, sobre los orígenes y el desarrollo de ese fenómeno periodístico tan particular. En los años sesenta se habían publicado dos trabajos pioneros (J. Elfenbein, *Business Journalism*, y D. Forsyth, *The Business Press in America: 1750-1865*), y después se han realizado numerosas investigaciones sobre títulos o medios concretos, pero faltaba el estudio que integrase y diese sentido

a todo el conocimiento histórico disponible. Éste es el gran mérito del libro de Chris Roush, profesor de periodismo económico en la Universidad de North Carolina (Chapel Hill): ser capaz de construir, al menos en su guión básico, una historia del periodismo económico estadounidense, desde sus orígenes hasta la actualidad.

Ni Chris Roush es un historiador, ni *Profits and Losses* pretende ser un libro de historia convencional. Roush es un periodista económico que ha recalado en la Universidad, y que en los últimos años está realizando una labor encomiable, tratando de sentar las bases de una formación académica más sólida para el profesional de la información económica. Como hiciera al publicar *Show Me the Money*, obra centrada en aspectos redaccionales y profesionales del periodismo económico, con su último libro trata de ofrecer un texto de referencia en torno al desarrollo histórico de esta especialidad periodística en los Estados Unidos. Por ello, este estudio no es un trabajo de erudición histórica, sino una síntesis atractiva de las principales fases en el progreso del periodismo económico estadounidense. Como buen periodista, al autor le interesa sobre todo el último siglo, donde realmente se sientan las bases del desarrollo actual de esta especialidad.

Profits and Losses tiene una estructura doble. Por un lado, a lo largo de la obra, se repasan las etapas y los hitos históricos fundamentales del periodismo y de los medios económicos

estadounidenses. Por otro, en el estudio se van intercalando algunos temas de especial relevancia para entender la trascendencia pública de la difusión de noticias económicas, así como la importancia del ejercicio de un buen periodismo en este campo.

En la parte histórica, destacan los capítulos dedicados al papel del periodismo de los *muckrakers* en la cobertura de los aspectos más oscuros del mundo de los negocios, al análisis de la función de los medios en los años de la gran depresión, y a la explosión de soportes y contenidos en la última década del siglo XX. Asimismo, en esa tarea de fijar algunos hitos y procesos relevantes para entender mejor la trayectoria de esta especialidad periodística, Chris Roush se detiene con especial acierto en el desarrollo de determinados soportes (el *Wall Street Journal*, y revistas como *Business Week*, *Fortune* y *Forbes*) y en el desembarco de la economía en nuevos medios (la radio y la televisión, primero, e internet en los últimos años). Aunque quizá a los historiadores de los medios la síntesis de Roush les parecerá excesivamente simple, desde el punto didáctico tiene un enorme valor, ya que expone con claridad cómo el periodismo económico ha ido madurando, a golpe de crisis y de expansión, hasta alcanzar su actual nivel de desarrollo. Dada la tremenda fragmentación que existe de trabajos sobre este tema —también desde una óptica histórica—, ese no es un mérito menor.

Más discutible puede ser la mues-

tra de “temas” de especial interés que se analizan en los capítulos no históricos. Así, el autor profundiza en la evolución en el tiempo de la cobertura de grandes sectores —como el automovilístico—, de ciertos mercados —como la Bolsa de Wall Street— y de ciertos aspectos de la gestión empresarial —como los escándalos corporativos—. Se centra de esta manera en algunos de los asuntos que mayores retos han planteado para el buen ejercicio del periodismo económico, algunos de ellos —como el de la industria del automóvil— muy significativos en Estados Unidos, aunque no tanto en otras latitudes. En esta parte, los capítulos adquieren más la forma de grandes reportajes periodísticos sobre las tensiones y los desafíos que plantea a medios y profesionales el manejo de un tipo de contenido muy sensible, complejo, referido a instituciones con gran poder. Un tipo de información que por otra parte es clave para el consumidor y el ciudadano, sobre todo cuando las grandes corporaciones y los mercados financieros tienen un protagonismo muy grande en la vida pública.

En conjunto, como señala Roush al principio de la obra, *Profits and Losses* trata de mostrar la enorme relevancia pública del periodismo económico en distintos momentos de la historia, algo que a menudo no se ha tenido en cuenta en los trabajos más genéricos (históricos, teóricos, profesionales, etc.) sobre periodismo. Esta reivindicación de la importancia de esta especialidad informativa adquier-

re gran protagonismo en un momento en el que los temas económicos vuelven a ocupar el primer plano de la actualidad, ante la más que probable fase de crisis económica que se avecina. Por otra parte, es significativa, vista a este lado del atlántico, porque también en Europa es necesario desarrollar más investigaciones y trabajos, desde distintas perspectivas, sobre la peculiar naturaleza del periodismo económico. Como en el caso de Estados Unidos, en la mayoría de los países europeos no existen historias del desarrollo de los medios económicos, ni evaluación de su trascendencia en ciertas épocas de gran interés por el protagonismo de los acontecimientos económicos. En este sentido, la obra de Chris Roush puede servir como modelo para otras investigaciones que se planteen empezar a llenar ese vacío

Ángel ARRESE
aarrese@unav.es

José MORENODÁVILA HERNÁNDEZ

Empresa y Mercado de la Información

Escuela Superior de Comunicación (ESCO), Granada, 2007, 254 pp.

El autor pretende con su libro facilitar a los alumnos de periodismo, publicidad y audiovisual el estudio de la asignatura Empresa y mercado.

Morenodávila siente la inquietud de despertar en sus alumnos el interés por el área económico-empresarial de la comunicación ya que, según afirma, la mayoría de los estudiantes de comunicación la desprecian al considerarla ajena a su propia vocación de periodistas o comunicadores.

Una gran parte de los alumnos de periodismo, publicidad y audiovisual elige estudiar estas carreras por el componente creativo y dinámico de la profesión. Pocos inician estos estudios con la idea de dedicarse a la dirección y gestión de una empresa. Sin embargo, la realidad es que muchos periodistas y publicistas ejercen funciones directivas y administrativas en periódicos, revistas, radios, televisiones y sitios web. Su experiencia en estos medios, el conocimiento que tienen del producto, su relación con la audiencia, incluso los lazos que han establecido con el mundo de la publicidad, les convierte en perfectos gestores de un medio informativo.

Tal vez no sean los profesionales indicados para llevar la contabilidad de la empresa, pero sí gozan de la clarividencia, la perspicacia y la intui-

Copyright of *Comunicacion y Sociedad* is the property of Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, S.A. and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.