

reconstruya la esencia de las formas y funciones de la radio en los últimos cincuenta años. Como si de un guiño radiofónico se tratara, cada capítulo se cierra a modo de resumen y sentencia con una frase firmada o con un *jingle* radiofónico.

Ya en el nuevo milenio, la afirmación que late constante a lo largo de todo el libro se resume en la célebre pieza teatral de radio-dramaturgo Norman Corwin, "Seems Radio is Here to Stay" que el propio Corwin puso en antena en la CBS el 24 de abril de 1939 —cuando todavía la televisión no estaba generalizada pero muchos presagiaban el destronamiento de la radio—, y que Keith ofrece readaptada a manera de epílogo. *Talking Radio* es un libro en el que el autor manifiesta casi sin pudor su convencimiento de que la radio está aquí para permanecer y que aún hay espacios para hacer y rehacer el medio. En este sentido se puede afirmar que el libro es una demostración de cómo la radio tuvo que reinventarse varias veces desde la aparición de la televisión al tiempo que es un homenaje a aquellas personas que lo han hecho posible devolviendo a la radio su confianza en la palabra hablada.

M^a del Pilar MARTINEZ-COSTA
marcosta@unav.es

Howard KURTZ

The Fortune Tellers. Inside Wall Street's Game of Money, Media and Manipulation

The Free Press, New York, 2000,
326 pp.

El nombre de Howard Kurtz es bien conocido en el panorama periodístico estadounidense. Analista del mundo de los medios en el *Washington Post* e invitado habitual del programa de la CNN *Reliable Sources*, Kurtz ha publicado en la década de los noventa algunas de las críticas más incisivas sobre las relaciones de poder y los conflictos de intereses que se producen en torno a la actividad periodística. Suyos son libros como *Media Circus: The Trouble with America's Newspapers* (Times Books, London, 1993), *Hot Air: All Talk, All the Time* (Basic Books, London, 1996) y *Spin Cycle: Inside the Clinton Propaganda Machine* (Free Press, New York, 1998).

En *The Fortune Tellers*, Kurtz continúa con la tradición crítica de sus obras anteriores, en este caso profundizando en las interioridades y problemas del periodismo financiero estadounidense durante la década de los noventa. A lo largo del libro, el autor justifica los motivos que le llevan a ocuparse de este ámbito informativo, que en general se había considerado de interés minoritario. El primero es precisamente que en la última década del siglo en Estados

Unidos la información financiera dejaba de ser un asunto de especialistas para convertirse en un tipo de información seguida por millones de personas. Sobre todo la televisión e Internet eran responsables de que el creciente número de pequeños inversores individuales siguieran con avidez las noticias de canales temáticos como la CNBC o los comentarios de especialistas en *webs* como *TheStreet.com*.

Este hecho había transformado la manera tradicional de hacer periodismo financiero, segundo motivo que mueve a Kurtz a escribir esta obra. La necesidad de entretener, de dar vida y mordiente a una información gris y aburrida, de llenar horas y horas con programación atractiva, y de ofrecer contenidos de utilidad para la toma de decisiones de inversión, desafiaba la práctica de un periodismo sereno, analítico, riguroso. Todo ello favorecía la manipulación por parte de fuentes interesadas, cuyos representantes en algunos casos compartían con ciertos periodistas fama y gloria en los medios.

El lugar y la función del periodista y del medio en este entorno es la tercera preocupación fundamental del autor. Como señala Kurtz en la Introducción, a diferencia de lo que sucede con otro tipo de periodistas, "el periodista financiero es un jugador más en el mercado" (p. xiv). Los comentarios y noticias sobre compañías, ciertas o no, mejor o peor fun-

dadas, pueden mover –y de hecho muchas veces mueven– las cotizaciones bursátiles. Pero es que además los medios dan cada vez más fácilmente voz y autoridad a analistas financieros, *brokers*, empresarios, etc., que actúan como expertos cuando al mismo tiempo suelen tener intereses privados, más o menos ocultos, en torno a los temas que comentan. Algunos de ellos, como en el caso del fundador de *TheStreet.com*, Jim Cramer –uno de los principales protagonistas del libro–, incluso promueven y dirigen medios.

The Fortune Tellers analiza estas y otras cuestiones a través del relato de la actividad diaria de algunos de los profesionales y medios más influyentes del país, en unos años de gran optimismo económico, boom financiero y extraordinarias expectativas empresariales abiertas por las nuevas tecnologías. Con abundante información de primera mano y una excelente prosa, Kurtz cuenta una tras otra historias cuyos escenarios son el *Wall Street Journal*, programas como *Squawk Box* (CNBC) y *Moneyline* (CNN) y diversos *sites* financieros en Internet. Entre los protagonistas sobresalen periodistas como David Faber y Gene Marcial, directores de programas televisivos (María Bartirromo y Ron Insana), y analistas financieros (Ralph Acampora y Jim Cramer), cuya influencia, como su vulnerabilidad, queda patente al

analizar el entramado de relaciones del que dependen. Por último, los temas de esas historias son la información sobre procesos de fusión y adquisición de empresas, el culto a los directivos, la salida a Bolsa de nuevas empresas, las subidas y bajadas del Nasdaq, etc.

Sin duda, una de las mayores virtudes del libro de Kurtz, que por otra parte es muy ameno, reside en sacar a la luz algunas de las limitaciones —y por qué no decirlo, de las miserias— del periodismo financiero, precisamente en su momento de máxima popularidad. Casi ninguno de los problemas éticos y profesionales que se plantean en el libro son nuevos en ese tipo de periodismo, pero lo que los hace más relevantes y profundos es su extensión a nuevos medios y sus efectos en audiencias cada vez menos especializadas. El autor, no obstante, adopta una cierta actitud de distanciamiento respecto a los problemas que describe, sin entrar a juzgar sus acciones. Es más, la mayoría de los protagonistas son tratados con una cierta admiración, sobre todo desde el punto de vista de su competencia como periodistas financieros. La última frase del libro, con cierta resignación, concluye: “En definitiva, los *fortune tellers* siempre estarán entre nosotros. Quienes ciegamente siguen sus consejos no deben buscar culpables, sólo tienen que culparse a sí mismos” (p. 309).

Quizá la mayor crítica que se le puede hacer a esta obra es que quede en un segundo plano el trabajo honesto, riguroso y prudente de muchos profesionales —también de los citados—, que constituye la mayor parte de la actividad del sector. Aunque hay algunas referencias a actuaciones excelentes salpicando los distintos capítulos, éstas son las menos, y quedan sofocadas por una especie de sospecha general que recorre todo el libro.

La obra de Kurtz, en buena medida por la popularidad del autor, ha tenido amplio eco en los medios de comunicación estadounidenses. Ésta es también indudablemente una de las fortalezas del libro, al poner de actualidad un tipo de periodismo especializado que en general ha despertado escasa atención profesional y académica. Teniendo en cuenta esto último, aunque el texto no tenga especial valor desde el punto de vista académico, tiene gran importancia como reflexión profesional.

Para el lector español las situaciones descritas por Kurtz son poco familiares, ya que todo discurre en un pequeño círculo de personas y medios en torno a Wall Street. Sin embargo, salvando las diferencias existentes entre nuestro caso y el estadounidense, gran parte de los problemas y retos planteados en este libro son básicos para profundizar, desde una perspectiva profesional o

académica, en aspectos clave del periodismo financiero. Para quien sea éste su objetivo, *The Fortune Tellers* es lectura obligada.

Ángel ARRESE
aarrese@unav.es

Bienvenido LEÓN, Ander IZAGIRRE
y Antonio MARTÍNEZ ILLÁN (Eds.)

*Divulgar la ciencia. Actas de las XIV
Jornadas Internacionales de la comuni-
cación*

Ediciones Eunate, Pamplona, 2000,
303 pp.

Ya no es noticia que la ciencia sea noticia. En los últimos tiempos, los periódicos y los espacios informativos de radio y televisión conceden cada vez mayor protagonismo a las informaciones científicas y tecnológicas. La medicina, la tecnología, el medio ambiente o el cosmos han dejado de ser asuntos que interesan sólo a unos pocos especialistas y se han sumado a las agendas informativas de los medios de comunicación generales.

El interés por estos nuevos ámbitos de la información ha reverdecido, sin embargo, algunos de los viejos problemas profesionales y éticos que siempre han pesado sobre los periodistas. Y es que cuando se informa sobre temas científicos resulta especialmente difícil compaginar el rigor informativo con el interés sin traspasar la delgada línea del sensacionalismo. Los últimos avances en el mundo de la medicina y la biología dibujan, por otra parte, un territorio informativo especialmente espinoso desde el punto de vista ético, en el que el respeto por la dignidad del ser humano se convierte en un problema cotidiano. Precisa-