

Vara, Alfonso

*Economía básica para comunicadores*, Eunsa, Pamplona, 2005.

Cualquiera que haya estudiado en una Facultad de Comunicación conoce el escaso aprecio que muestran los alumnos hacia las asignaturas y los temas de Economía. Históricamente, esa baja consideración de las materias económicas probablemente ha estado relacionada también con un perfil del comunicador profesional -periodista, publicitario, guionista, etc.- cuyo estereotipo es el de alguien centrado en los procesos de creación, al margen de los condicionamientos económicos de su actividad y de su entorno. En la idea de que los comunicadores son “gente de letras” está implícita la de que no son “gente de números”, y uno de los lugares donde esos números son más abundantes es en las materias económicas.

Durante décadas, la información económica ha sido uno de los destinos menos deseados en las redacciones de los medios; en el mundo audiovisual, las “fuerzas económicas” siguen siendo para muchos el origen de casi todos los males que padece el sector; en el campo de la publicidad, la “evaluación económica” de las acciones de comunicación comercial es la espada de Damocles de creativos y directivos de las agencias. Por lo que se refiere a los lectores de prensa, a los oyentes de radio y a los televidentes, es habitual que consideren los contenidos económicos de los medios como algo aburrido, poco interesante y excesivamente complicado.

Aunque estos comentarios simplifican en exceso la realidad, es un hecho que la denominada *ciencia lúgubre* no se incorpora con facilidad a los procesos de comunicación, ni dentro ni fuera de las aulas universitarias. Y sin embargo, las cuestiones económicas, empresa-

212 riales y financieras tienen cada vez más importancia para interpretar lo que sucede en la actualidad. No es exagerado decir que cada vez hay más “economía” en las cosas, tanto en las que afectan a la vida privada de consumidores y ciudadanos como, sobre todo, a la vida pública. Un ciudadano poco o mal informado sobre la realidad económica que le rodea deja de tener en consideración una dimensión clave para dar sentido pleno a su vida en sociedad.

*Economía básica para comunicadores* trata de responder a esa necesidad de acercar las ideas, conceptos y temas clave de la Economía a un tipo de profesional, el de la comunicación, que juega un papel esencial en la generación de una mayor cultura económica en la sociedad. En su labor de mediación, los periodistas, por ejemplo, utilizan continuamente una batería de conocimientos económicos que pueden parecer muy básicos a los especialistas, pero que el común de los lectores no acierta a comprender con facilidad. Los propios profesionales de la información cometen en muchos casos errores, imprecisiones, etc. que serían fácilmente subsanables con un conocimiento más sólido de los principios y procesos que explican el comportamiento de los distintos agentes económicos.

Este libro del profesor Alfonso Vara, fruto de su larga experiencia en la formación de comunicadores, aborda con éxito la tarea de explicar esos principios y procesos básicos del comportamiento económico, en un manual especialmente diseñado para superar las barreras conceptuales y didácticas que los temas económicos plantean a las personas no familiarizadas con estos temas. En este sentido, *Economía básica para comunicadores* se une a la larga tradición de monografías, ensayos y manuales que con títulos tan variados como los de “Economía para no economistas”, “Economía en una lección”, “Para entender la Economía” o “Cómo leer las páginas económicas de los periódicos”, han tratado en distintas épocas de acercar a públicos distintos los conocimientos básicos de esta ciencia. Ninguna de estas obras tiene el propósito de realizar aportaciones especiales al acervo de conocimientos económicos existente, pero cada una de ellas es

singular por su mayor o menor acierto a la hora de explicarlos y hacerlos entender de una manera peculiar, ajustada a las necesidades de comprensión que tienen los lectores a los que van dirigidos.

Desde esa perspectiva, el libro del profesor Vara acierta plenamente al abordar los temas básicos de la Economía con un enfoque perfectamente ajustado a las necesidades de formación de los estudiantes universitarios que en el futuro se dedicarán a las profesiones de la comunicación. Al mismo tiempo, tanto la selección de temas como su tratamiento permiten que esta obra pueda tener interés para muchos otros lectores, no relacionados con el mundo de la comunicación, que busquen un acercamiento sencillo y riguroso a los conocimientos económicos básicos.

La primera virtud de *Economía básica para comunicadores* es su sencilla organización en diez capítulos en los que se abordan los temas fundamentales de la disciplina, desde su razón de ser (primer tema) hasta aspectos tan específicos como los mercados financieros (tema 8) o la inflación (tema 9). El acierto en la selección de temas se hace evidente conforme uno avanza en la lectura del libro, ya que el autor muestra con casos, comentarios y ejemplos cómo esas son las cuestiones que generan casi el cien por cien de las noticias económicas que diariamente publican los medios y que, por tanto, se debaten y analizan en la opinión pública. En el libro se hace un esfuerzo especial por fijar con claridad y rigor los conceptos centrales y los principios que permiten entender cada uno de los temas, pero al mismo tiempo se utilizan situaciones cotidianas, acontecimientos habituales, y preguntas típicas del hombre de la calle para ir avanzando en la comprensión. Se logra de esta forma cumplir a la perfección con la función didáctica del libro, con la necesidad, como señala el autor, de superar las barreras que explican el desconocimiento y el desinterés en la Economía (su abstracción, su naturaleza relacional y compleja, y su oscuridad terminológica). No hay duda de que Alfonso Vara ha cuidado en extremo todos los elementos necesarios para ela-

214 borar un manual riguroso pero sencillo, completo pero simple, académico pero ameno.

Una de las mayores lecciones que puede sacar el lector de este libro -además, por supuesto, de aprender Economía- es cómo utilizar los distintos recursos lingüísticos, matemáticos y retóricos para hacer avanzar la comprensión de un tema. El autor utiliza de forma magistral tablas, gráficos, cuadros explicativos, etc. para penetrar en la complejidad de algunos asuntos, pero siempre logra que esos elementos ayuden al entendimiento, no que lo dificulten, como tantas veces sucede en otros textos. De la misma forma, mediante buenos relatos periodísticos o pequeñas historias, a veces divertidas -como la explicación de los bienes públicos con una escena de *Los Simpson*-, el autor ilustra temas económicos paradójicos, ideas difíciles de entender, o asuntos de especial interés para comprender debates económicos que están en la actualidad. Igualmente, a lo largo de todo el libro, el profesor Vara acude a menudo a la técnica de avanzar en su argumentación a través de preguntas y respuestas, utilizando muchas de las interrogantes que se plantea a diario cualquier ciudadano normal. El resultado de todo este trabajo es un texto interesante, ameno, que se lee con gran facilidad, y que uno percibe que realmente le ayuda a entrar en cuestiones a veces complejas, y otras demasiado abstractas.

Para alguien acostumbrado a trabajar con este tipo de textos universitarios, quizá le llame la atención una de las características del trabajo: no contiene bibliografía. Aunque el autor se refiere en ocasiones a algunos clásicos de la Economía, ni al final de los capítulos ni en la conclusión del trabajo se ofrecen referencias para profundizar en los distintos temas. Quizá esto se pueda ver como una debilidad de la obra, pero probablemente también sea un gran acierto. En disciplinas tan establecidas como la Economía, con conceptos y principios tan universalmente aceptados, una forma de transmitirlos con la máxima sencillez es no desviando la atención hacia las múltiples interpretaciones y enfoques que surgen al profundizar en cada uno de ellos.

En resumen, no cabe duda de que *Economía básica para comunicadores* satisface todos los requisitos necesarios para convertirse en un manual de éxito entre los estudiantes de comunicación, pero lo puede ser también entre todas aquellas personas interesadas en mejorar su cultura económica. Al fin y al cabo, como comenta el autor en la introducción, los asuntos económicos afectan diariamente a la vida de las personas, y sería bueno que muchos ciudadanos fueran capaces de aspirar a juzgarlos con alguna herramienta más afinada que el convencional sentido común.

*Ángel Arrese*

