

RESEÑA A...

ÁLVAREZ, YAGO (2023). *PESCAR EL SALMÓN. BULOS, NARRATIVAS Y PODER EN LA PRENSA ECONÓMICA*. MADRID: CAPITAN SWING. (184 págs.).

Jose Mansilla

Universitat Autònoma de Barcelona

Palabras clave: Reseña; Prensa económica; Pensamiento crítico; Manipulación; Producción de sentido; Gramsci.

Keywords: Review; Economic press; Manipulation; Critical thinking; Production of meaning; Gramsci.

Según una conocida anécdota, una vez triunfante la Revolución Cubana de 1959, la élite del Ejército Rebelde se reunió para distribuir los cargos del nuevo Gobierno. Uno a uno fueron adjudicándose las vacantes de cara a la nueva etapa hasta que llegó el momento de nombrar al Presidente del Banco de Cuba. -¿Quién de aquí es economista?- preguntó el que organizaba el evento. Inmediatamente, Ernesto “Che” Guevara levantó la mano: -¡Yo!- gritó el argentino. Una vez finalizada la sesión, un compañero se acercó al Che y le preguntó: -¿Tú eres economista? Pensaba que eras médico...-. A lo que éste respondió: -¿Economista? Creí que había dicho *comunista*-. Más allá de la verosimilitud de la anécdota, y de las mil y una versiones de la misma, lo cierto y verdad es que todos deberíamos, como el Che, llevar un economista dentro; un economista no en el sentido de tener una licenciatura o en grado en economía, sino en el de contar con unos conocimientos mínimos para, como dice el perfil del autor del libro aquí reseñado, “no te joda un economista”.

Porque *Pescar el salmón. Bulos, narrativas y poder en la prensa económica*, de Yago Álvarez, recién editado por Capitan Swing, persigue precisamente eso, dotar al lector de unas herramientas mínimas, no tanto para tener un amplio conocimiento de economía o para evitar las páginas salmón de los periódicos ante la evidencia de los intereses, las informaciones sesgadas o la falta de verosimilitud de mucho de su contenido, sino para enfrentarse a ellas, separar el grano de la paja y, de esa manera, tener un conocimiento crítico y acerado de la información que éstos normalmente nos ofrecen. Y para ello el libro se encuentra dividido en siete capítulos, cada uno de los cuales se centra en alguno de los aspectos que Yago Álvarez, a la sazón, además de periodista de *El Salto*, licenciado en administración de empresas, persigue destripar de la prensa económica española.

En el primero de ellos, este *economista cabreado* pone el acento en la alta consideración que algunos medios nos ofrecen, no solo de la economía como ciencia social, aunque plagada de matemáticas y estadísticas, sino de los propios economistas como nuevos *Sabios de Sión*, personajes de cuyas bocas solo podría asomar la verdad absoluta. No obstante, esa *supuesta* verdad absoluta se halla en buena medida plena de un vocabulario que ha sido construido conscientemente de forma oscura con un doble objetivo: hacer necesaria la interpretación de los *Sabios*, por un lado, y ocultar que, casi siempre, se encuentra rellena de ideología, por otra.

El segundo de los capítulos está dedicado a realizar un breve recorrido por la historia de la prensa económica. Desde sus inicios como hoja de precios y más cifras en relación con el comercio internacional y las mercancías intercambiadas, pasando por su posterior desarrollo independiente y como complemento de la prensa ordinaria, hasta llegar a convertirse en un poderoso elemento cuyos titulares, en manos de compañías globales, cuentan con la capacidad de influir en las políticas económicas de países completos. Este mismo capítulo recorre, además, el nacimiento, siempre tardío, de la prensa económica española y traza un pequeño mapa de sus cabeceras más importantes y conocidas, desde *Cinco Días*, vinculada al Grupo PRISA o *Expansión*, de Unidad Editorial, hasta llegar a los nuevos medios *online* y su capacidad, mediante el uso de las redes sociales y la capacidad expansiva de los algoritmos, de generar bulos y *fake news*.

El libro continúa desgranando una por una las principales “técnicas de manipulación y desinformación” (2023: 55), según palabras del propio autor, mediante las cuales los medios de comunicación económica tratan, siempre jugando al límite entre la verdad y la mentira, de crear opinión y pensamiento entre sus lectores. Desde los juegos de palabras, *weasel words*, o negar la participación en los textos a las voces críticas, pasando por proyectar cifras de forma que queden descontextualizadas o sean incomprensibles hasta utilizar, como se ha comentado antes, una jerga ininteligible, muchas veces inventada, que no persigue otra cosa que la de dar pasos en la batalla por la victoria en la hegemonía

cultural. Recordando a Gramsci (1981), el sentido común no es más que una concepción del mundo impuesta por *uno de los muchos grupos sociales* que conforman la sociedad. De esta forma, los relatos contruidos, mediante la utilización de estas técnicas, por los medios de comunicación económicos generalistas persiguen la creación de un sentido común neoliberal al servicio de los poderes económicos que se encuentran detrás.

Los sistemas clasificatorios son marcos conceptuales mediante los cuales los individuos y los grupos que conforman ordenan la información que reciben del mundo en el que se desenvuelven. Estos sistemas no son naturales, sino que están creados socialmente. La narrativa económica de la prensa salmón, tal y como relata el autor en el capítulo cuatro, tiene como objetivo la construcción de estos marcos mediante los que los lectores pasan a evaluar, en este caso, las políticas económicas propuestas por los grupos políticos y los intereses materiales más afines a las políticas neoliberales. Es así que, a modo de ejemplo, leeremos una y otra vez las bondades del sistema de libre mercado que impera en la economía norteamericana, pero no que este país, el primero del mundo en Producto Interior Bruto (PIB) cuenta con una Tasa de Mortalidad Infantil, niños y niñas que mueren antes de los 5 años, que dobla a la española (5,42 por cada mil nacimientos, frente a 2,6 para el año 2020), precisamente por el dominio de ese mismo sistema (Ely y Driscoll, 2022).

Yago Álvarez continúa *desnudando* el sector de la prensa económica evidenciando que, como en el cuento de Andersen, *El traje nuevo del Emperador*, “el rey está desnudo”. Y está desnudo por la simple razón de que, con solo rascar un poco, es posible ver quiénes se encuentran detrás de la figura del “experto”, economistas afines a los postulados neoliberales y los medios que los llaman, o los lobbies, *think tanks* y organismos internacionales y agencias que, en condición de cuasi-monopolio, ofrecen la gran mayoría de las noticias económicas oportunamente filtradas. Así que, si como reza esa famosa frase que recorre las Facultades de Economía españolas, en la “universidad no se enseña economía, se enseña capitalismo”, los medios, mediante la presencia seleccionada de personas y entidades no cubren la economía, sino capitalismo.

Una de las claves del libro es subrayar la fragilidad de los medios de comunicación en su nivel económico, no solo los medios clásicos, sino también las nuevas figuras aparecidas en internet. Esta fragilidad, acentuada tras la crisis de 2008, llevó al despido de un gran número de periodistas y a la contratación de muchos nuevos y nuevas que se encuentran sometidos a la presión de la precariedad de sus sueldos y contratos, así como a la necesidad imperiosa de producir contenido sin parar. Este coctel ha llevado a los medios a depender aun más de la publicidad, herramienta importante en manos de las empresas que quieren ver publicadas noticias afines, pero también a desarrollar nuevos mecanismos para conseguir ingresos, como el *brandend content* o contenidos

patrocinados, los eventos, etc. Esto cuando no han entrado directamente en su consejo de administración por contar con participación accionarial y, como titiriteros, mueven a sus anchas los hilos de las redacciones.

Por último, el libro muestra un amplio abanico de herramientas para luchar contra toda esta desinformación; una serie de preguntas que, como lectores de prensa económica, nos hemos de hacer cuando nos enfrentemos a los artículos, reportajes y opiniones publicadas en los grandes, y no tan grandes, medios de comunicación económica: ¿quién paga el medio?, ¿quién lo escribe?, ¿qué expertos participan? o ¿qué lenguaje usa? son algunas de las preguntas que, a modo de *check lists*, nos propone Yago Álvarez.

En definitiva, sencillo y rápido de leer, y con un punto optimista, algo no tan novedosos en los tiempos que corren, el libro recoge y pone, negro sobre blanco, todos aquellos pensamientos e intuiciones que muchos de nosotros y nosotras tenemos en torno a la prensa salmón. Se echa en falta una mayor riqueza de referencias bibliográficas y hay algún que otro error de magnitudes, pero nada que no pueda salvar el hecho de que, tal y como gritó el Che, nos prepare para decir que... ¡yo también soy economista!

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez, Yago (2023) *Pescar el salmón. Bulos, narrativas y poder en la prensa económica*. Madrid: Capitan Swing

Ely, Danielle M. y Driscoll, Anne K. (2022) Infant Mortality in the United States, 2020: Data From the Period Linked Birth/Infant Death File. *National Vital Statistics Reports*, 71(5) Disponible en: <https://www.cdc.gov/nchs/data/nvsr/nvsr71/nvsr71-05.pdf>

Gramsci, Antonio (1981) *Cuadernos de la cárcel*. Tomo III, México, D. F.: Era S. A.