



INVESTIGACIÓN/RESEARCH

Recibido: 28/04/2016 --- Aceptado: 19/06/2016 --- Publicado: 15/07/2016

LAS INFORMACIONES ECONÓMICAS EN LA PRENSA GENERALISTA DIGITAL: UNA PROPUESTA DE MEJORA Y SIMPLIFICACIÓN DE LAS ESTRUCTURAS

Yolanda Berdasco Gancedo¹: UDIMA. España.
yolanda.berdasco@udima.es

RESUMEN:

La economía y las finanzas están insertas en el día a día de los ciudadanos a pesar de que en numerosas ocasiones, las informaciones de este área les resulten ajenas y abstractas. El conocimiento que la opinión pública, en líneas generales, presenta acerca de los temas relacionados con la economía y las finanzas dista mucho de ser satisfactorio como han demostrado estudios recientes. A través de este estudio, queremos conocer las características lingüísticas de los textos informativos del área de la economía y las finanzas publicados diarios digitales generalistas. El objetivo final es encontrar cuáles son las características que pueden hacer más sencilla o más compleja la divulgación de los conocimientos económicos y plantear propuestas de mejora en la formación de los periodistas económicos para contribuir a una mejora en la transmisión de estas informaciones.

PALABRAS CLAVE: periodismo económico - lingüística aplicada - especialización periodística - lenguaje especializado – sintaxis – finanzas - divulgación.

LAS INFORMACIONES ECONÓMICAS EN LA PRENSA GENERALISTA DIGITAL: UNA PROPUESTA DE MEJORA Y SIMPLIFICACIÓN DE LAS ESTRUCTURAS

ABSTRACT:

Despite economics and finance are embedded in the daily life of citizens, the knowledge that public opinion, in general terms, present about topics related to economics and finance is far from satisfactory, according to several recent studies. Through this research, we try to disclose the linguistic constructions and structures

1 Profesora adjunta del departamento de periodismo, doctora por la UCM. Centra su investigación en el estudio de las herramientas del periodismo económico y radiofónico; los mecanismos de divulgación y el lenguaje empleado por los medios generalistas y especializados en la difusión de informaciones de carácter económico y financiero.
yolanda.berdasco@udima.es

of financial news published on online daily newspapers

Our aim is pointing out which are the features that can make it easier or more complex to understand this kind of knowledge. Finally, we will make some suggestions to improve the training of business and financial journalists to contribute to an improvement in the quality of those pieces of information.

KEY WORDS: Business journalism - applied linguistics – syntax – financial reporting - language for specific purposes – ESP.

1. INTRODUCCIÓN

En la última década, el periodismo económico ha ganado terreno debido, en gran medida, a la crisis global. Otros factores que han contribuido a que la información financiera ocupe más espacio en los medios, tanto tradicionales como de nueva creación, es el creciente interés de los ciudadanos por esta temática y las implicaciones que tiene en su vida diaria. Así, por ejemplo, elementos desconocidos hasta hace unos años como los índices de referencia hipotecarios o los relacionados con los impuestos, son cada vez más frecuentes en todo tipo de soportes periodísticos. Sin embargo, para muchos ciudadanos, la economía sigue siendo el área de la información que le resulta más compleja, menos amena y con mayores dificultades para su comprensión.

A través de este estudio, pretendemos acercarnos al mensaje, estudiar su código desde una perspectiva lingüística de su complejidad y comprobar si el esfuerzo de comprensión que exigen las informaciones macroeconómicas y financieras publicadas en los diarios generalistas es demasiado elevado. Si esto es así, la complejidad lingüística puede constituirse como uno de los factores que hacen que los lectores rehuyan este tipo de informaciones, pues como afirmaba Schramm (1954) *“El éxito o eficacia de una comunicación está en proporción inversa al esfuerzo que demanda”*.

En definitiva, se trata de investigar en esta línea para conocer si se trata de una de las “nuevas vías” a las que se refiere Casero-Ripollés (2014) que es necesario explorar para “recuperar el valor de la información periodística en el escenario digital” dentro de lo que conocemos como periodismo especializado.

2.OBJETIVOS

Con la realización de este estudio se pretende conocer de forma detallada la forma en la que se estructuran lingüísticamente los textos de divulgación económica y financiera. En líneas generales, podemos destacar como objetivos principales de este estudio, los siguientes:

- La realización de un estudio profundo acerca de la estructura lingüística interna de los textos divulgativos, especializados en macroeconomía y finanzas, publicados en los medios de comunicación online de carácter generalista.
- La caracterización, desde un punto de vista de la lingüística funcional, de este tipo de textos, a nivel sintáctico, léxico semántico y morfológico.

- La valoración de la complejidad estructural de los mismos, realizando para ello un estudio
- El conocimiento del grado de adaptación de los textos estudiados al público al que se dirigen los medios en los que se publican.

Todo ello con una última finalidad prescriptiva, la de elaborar unas propuestas de mejora que permitan a los profesionales de la información económica ser conscientes de las estructuras que habitualmente utilizan en la redacción de este tipo de informaciones y adaptarlas al medio y por tanto, al tipo de lectores a los que se dirigen para así alcanzar una divulgación adaptada y que consiga ser mejor aceptada y decodificada por los receptores.

3. METODOLOGÍA

A través del análisis lingüístico de textos periodísticos especializados en economía y finanzas, se pretende realizar una descripción de las características de los mismos para poder posteriormente comprobar si se siguen las recomendaciones propuestas en la literatura mencionada.

Para ello, se ha seleccionado un corpus de 20 textos publicados en medios generalistas digitales españoles (El País, El Mundo y ABC), entre los años 2013 y 2015, todos ellos de temática macroeconómica y financiera. En total, 11576 palabras y 346 oraciones, entre simples y compuestas.

Todos los textos cuentan con al menos 500 palabras y se han obviado los textos de opinión, así como los de temáticas ajenas a la macroeconomía y las finanzas pero tradicionalmente incluidas en el área de especialización económica; laboral, energía, vivienda, etc. Sus peculiaridades temáticas hacen que puedan ser tratadas, en ocasiones, como informaciones más propias del campo social que del económico y podrían conducir a error.

El análisis realizado es un primer acercamiento para conocer cómo se estructuran lingüísticamente los textos elaborados por periodistas económicos y contempla la observación y recuento de 30 variables; sintácticas, léxico-semánticas, morfológicas, etc. Para ello se ha utilizado la descripción clásica de categorías que recogen, entre otros, Vera y Blanco, Downing and Locke, etc.

Una vez analizados y contabilizadas sus características, los datos obtenidos se han puesto en relación con los generales de los textos para poder describir de forma objetiva sus características y compararlas entre sí.

Por otra parte, dentro del ámbito de la semántica léxica, aquellos términos catalogados como especializados han sido comparados con su frecuencia de uso en la lengua oral, como forma de comprobar la utilización de los mismos en el lenguaje diario y por tanto, de poder determinar su familiaridad para el conjunto de los

lectores. La herramienta seleccionada para establecer esta comparación ha sido el Corpus de la Real Academia (CREA) en su selección de textos orales.

El CREA es el mayor banco de este tipo que podemos encontrar para la lengua española. Permite seleccionar además de la forma de presentación del texto, oral o escrito, su origen. En consonancia con nuestro estudio, seleccionamos textos orales de la lengua española, excluyendo las variantes americanas. De los 125 millones de formas que aglutina el CREA en su conjunto, el número de formas con el que se comparan finalmente, los términos especializados de los textos seleccionados es de 6,5 millones de formas, aproximadamente.

Por otra parte, también se han tenido en cuenta algunas otras características, como por ejemplo, la proporción de elementos numéricos existentes en los textos, ya que precisamente la reducción de cifras es una de las recomendaciones tradicionales de la redacción especializada.

4.DISCUSIÓN

4.1 Más información pero no mayor conocimiento

En la última década, el incremento de la información económica y su prevalencia a la hora de establecer la agenda informativa es innegable. Un aumento que también se ha reflejado en la investigación en torno al periodismo económico y a la labor de los periodistas dedicados a este área de especialización.

A pesar de ello, recientes estudios como el publicado en 2013 por el Observatorio de Medios de la UNIR muestran que la sociedad no está familiarizada con los conceptos de la economía, ni siquiera cuando éstos se han tratado ampliamente en los distintos medios de comunicación.

En concreto, de este estudio basado en una encuesta telefónica a 2.500 personas se desprende que: más de seis de cada diez ciudadanos no sabría definir el término "prima de riesgo" y uno de cada dos se muestra incapaz de distinguir entre las atribuciones de los ministerios de Economía y Hacienda así como entre los titulares que desempeñan, desde hace varios años, las funciones de Ministros en ambos.

Por tanto, podemos deducir que a pesar de ser una ciencia social cuya influencia en los ciudadanos es fácilmente observable y de su mayor presencia tanto en medios generalistas como especializados, los receptores continúan sin familiarizarse con los términos y las informaciones económicas. Las informaciones económicas y financieras continúan siendo el "ogro salmón" de los lectores.

Ángel Sáiz, subdirector en 2001, del diario Expansión, consciente de los "recelos instintivos" que la información económica despierta en lector medio, sugería que al margen de los estudios tradicionales sobre las metáforas del periodismo financiero o los reiterados intentos por eliminar los anglicismos de los textos periodísticos financieros, la preocupación de los redactores especializados pasaba por "hacer

compatible el rigor exigible a la información especializada, en este caso económica, con el esfuerzo de divulgación que requiere un medio de comunicación con una audiencia de lectores potencialmente masiva". Afirmación que, a pesar de ser realizada por un responsable de una edición especializada, es perfectamente aplicable a los textos especializados publicados en medios generalistas.

Este esfuerzo en favor de la divulgación, al que se refieren no pocos autores, pasa por conocer cómo se está utilizando la lengua en el proceso de comunicación, cuáles son las características del lenguaje empleado en las informaciones periodísticas dedicadas a esta temática y por comprobar si existe realmente una complejidad lingüística que dificulte el acceso a las informaciones o por el contrario, se está empleando un lenguaje accesible a la mayor parte de los usuarios.

4.2 El lenguaje de la información económica

El estudio del código empleado por los periodistas especializados en información económica ha quedado siempre relegado a un segundo plano. Al lenguaje empleado en esta área de conocimiento se le han atribuido, tradicionalmente, las características que definen las jergas propias de la comunicación especializada de cualquier otro ámbito, como pueden ser la medicina, la biología o la filosofía. En contadas ocasiones se ha tenido en cuenta la necesidad de una descripción lingüística propia para esta disciplina, dadas sus particularidades.

García Rayego y Martínez Victorio (1991) realizan una de las aproximaciones más amplias en cuanto a las características del lenguaje económico de divulgación, se trata de un acercamiento desde la perspectiva de la pedagogía que se basa en el estudio de textos docentes y su enfoque se reduce a textos en lengua inglesa.

Cuando se ha observado el lenguaje de los textos informativos especializados en economía y finanzas ha sido teniendo en cuenta los rasgos semánticos, relacionados con el empleo de términos procedentes de otras áreas de conocimiento, en forma de metáforas. En este sentido, son reseñables los estudios llevados a cabo por Alice Stender (2015) acerca de las metáforas de la salud empleadas en un corpus de textos de prensa económica especializada en lengua alemana y lengua española.

Ángel Arrese ha dedicado gran parte de su investigación a asuntos generales relacionados con el periodismo económico y se detiene en varias ocasiones en el lenguaje desde distintas perspectivas. En primer lugar (2000), reconoce la dificultad de difusión de estas informaciones, citando a Keynes que advertía de que "la economía es un asunto difícil y técnico, aunque nadie se lo crea" e insiste en que "sería deseable que a través de esa actividad de divulgación mejorase la cultura económica de la población".

También los libros de estilo de distintos medios nacionales generalistas como El País, el diario ABC o El Mundo hacen referencia al lenguaje que se debe emplear para que

los lectores puedan acercarse a las informaciones y a su contenido y comprenderlas con mayor facilidad, si bien no parecen ser siempre estrictamente observadas.

4.3 Lenguaje accesible, una recomendación tradicional

Bernard Kilgore, editor del Wall Street Journal en la década de los 40 del siglo pasado, ya recomendaba a sus redactores que no escribieran pensando en los banqueros sino en sus clientes, que eran mucho más numerosos y permitirían mantener el diario a flote, mientras que el libro de estilo de The Economist (2015) mantiene que sus redactores han de evitar resultar expresiones que les hagan ser demasiado didácticos para mantener el número de suscriptores.

En los principales diarios generalistas españoles, los libros de estilo hacen menciones genéricas al lenguaje como "facilitador". En el caso del diario El País, no se presta atención a cuestiones lingüísticas, se aborda este asunto desde el prisma de la corrección gramatical, e incluye recomendaciones genéricas, aplicables en el caso de la información económica, pero no específicas para la misma.

El propósito al redactar cualquier noticia es comunicar hechos e ideas a un público heterogéneo. Por tanto, el estilo de redacción debe ser claro, conciso, preciso, fluido y fácilmente comprensible, a fin de captar el interés del lector. (El País, 2014)

Los periodistas han de escribir con el estilo de los periodistas, no con el de los políticos, los economistas o los abogados. Los periodistas tienen la obligación de comunicar y hacer accesible al público en general la información técnica o especializada. La presencia de palabras eruditas no explicadas refleja la incapacidad del redactor para comprender y transmitir una realidad compleja. El uso de tecnicismos no muestra necesariamente unos vastos conocimientos, sino, en muchos casos, una tremenda ignorancia. (El País, 2014)

El libro de estilo del diario El Mundo resume la idea de claridad en la frase de Montaigne: La sencillez en lo que a la estructura sintáctica del texto se refiere es la recomendación de este manual:

Es norma general emplear oraciones simples, separadas por punto y seguido o punto y aparte. Las oraciones subordinadas son la excepción. Se debe también limitar al mínimo posible el recurso a las acotaciones entre rayas o entre paréntesis. Cada dos oraciones o, como mucho, tres, se colocará un punto y aparte. (El Mundo, 1996)

El diario ABC dedica la mayor parte de su extensión a la corrección ortográfica y gramatical que se exige a los periodistas del diario y concentra en tres páginas las recomendaciones acerca del estilo en la redacción. Como ya hemos visto en algún otro, se recomienda claridad en la exposición, frases cortas pero variadas,

prescindiendo de incisos y de paréntesis y sin abusar de la voz pasiva ni de la negación.

Por otra parte, este manual exige al autor precisión a la hora de exponer una información, fluidez y armonía en el texto y hace una referencia clara al vocabulario a emplear, del que dice "ha de ser accesible por el conjunto de los lectores."

Estas recomendaciones no parecen ser siempre seguidas por los redactores especializados en esta materia y con frecuencia percibimos una redacción estructuralmente más compleja y con una carga de léxico especializado muy elevada.

5. RESULTADOS

Tras el análisis lingüístico, se han elaborado unas tablas de datos que permitan describir cada uno de los aspectos que hemos tomado como categorías para poder extraer conclusiones acerca de la estructura lingüística de las informaciones especializadas en economía y finanzas y publicadas en medios generalistas nacionales.

5.1. Caracterización general de los textos estudiados

Número de textos	Nº de palabras total	Número de frases total	Nº de oraciones	Nº de palabras por frase
20	11576	346	682	33.45

Tabla 1: Características generales de la muestra analizada.

Fuente: Elaboración propia.

En conjunto, los textos analizados contienen 11576 palabras, divididas en 346 frases, considerando como tal, las que se encuentran entre dos pausas o puntos. Si tomamos como referencia, las oraciones coordinadas y subordinadas, el total asciende a 682.

5.2 Caracterización sintáctica

De acuerdo con el análisis sintáctico llevado a cabo, la distribución de las estructuras utilizadas en los textos analizados es la siguiente:

Simples	Coordinadas	Yuxtapuestas	Subordinadas
69 (10.11%)	92 (13.50%)	29 (4.25%)	492 (72.14 %)

Tabla 2: Características sintácticas.

Fuente: Elaboración propia.

Tanto en términos absolutos como relativos, las cifras reflejan la preferencia de los redactores por las oraciones compuestas, tanto coordinadas como subordinadas frente a las oraciones simples.

5.3 Caracterización léxico-semántica

El total de palabras léxicas analizadas, es decir, de aquellas que tienen contenido semántico: sustantivos, verbos, adjetivos y adverbios es de 4450.

La variedad léxica hace referencia a todos aquellos términos con valor semántico que se pueden hallar en el texto. Un texto, por tanto, será más rico pero también más complejo cuando este índice arroje datos elevados. En el caso de este estudio, la variedad léxica media de los textos analizados es de un 64%.

Del total de palabras analizadas, 4450 son palabras con contenido léxico y de ellas, estudiamos aquellas que cuentan con uno o varios significados del ámbito de especialización de economía y finanzas.

Monosémicos Rep	Polisémicos Rep	Nombres propios especializados Rep	Elementos numéricos
528 (11.9%)	411 (9.2%)	186 (4.1%)	269 (6%)

Tabla 3: Características léxico-semánticas.

Fuente: Elaboración propia.

En resumen, del total de palabras con significado, cerca de un 12% son términos con un único significado perteneciente al ámbito de la economía, algo más del 9% se clasifican como polisémicos, es decir, términos con varios significados pero de los que al menos uno, el utilizado en el texto seleccionado, se circunscribe al campo de especialización estudiado y aparecen más de un 4% de nombres propios insertos en el área de especialización; organizaciones, expertos, etc.

Finalmente, por cada cien palabras analizadas, se insertan seis cifras o datos numéricos.

En cuanto a la presencia de los términos monosémicos utilizados en la lengua general hablada, la tendencia es a emplear términos poco frecuentes para el conjunto de los hablantes, como se desprende de la información del Corpus de la Real Academia. Tomamos como referencia los elementos únicos porque refleja la tendencia al empleo de términos poco utilizados, de forma evidente.

Monosémicos Únicos	Frecuencia de aparición en el corpus de la lengua oral			
	0- 4	5- 49	50- 499	500 +
308 (100%)	147 (47.7%)	90 (29.2%)	66 (21.4%)	5 (1.6%)

Tabla 4: Frecuencia de aparición de monosémicos en el CREA.

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar, prácticamente la mitad de los términos monosémicos empleados en los artículos analizados se encuentran en la lengua oral con una frecuencia inferior a cinco ocasiones, es decir, es muy infrecuente su empleo en la lengua hablada. Si a esto le sumamos aquellos términos que aparecen en el CREA con una frecuencia inferior a 50 ocasiones podemos observar que 3 de cada cuatro monosémicos aparecen en menos de 50 ocasiones en la lengua hablada y son altamente infrecuentes, por tanto.

5.4 Caracterización morfológica

En cuanto a la distribución morfológica, destacamos las principales categorías:

Sustantivos	Adjetivos	Verbos	Adverbios
2148 (48.2%)	694 (15.5%)	1320 (29.6%)	288 (6.4%)

Tabla 5: Características morfológicas.

Fuente: Elaboración propia.

La proporción de sustantivos encontrada en los textos seleccionados es la más elevada,- casi la mitad de las palabras léxicas son sustantivos-, y presenta una diferencia considerable sobre el porcentaje de verbos y de adjetivos.

6. CONCLUSIONES

- Dentro del ámbito de la información macroeconómica y financiera, en medios digitales generalistas, existe una tendencia al empleo de estructuras lingüísticas que pueden resultar complejas a la hora de descifrar el mensaje.
- En lo que respecta a la organización del texto, las oraciones son demasiado largas y esto implica que el lector tenga que descifrar varios enunciados y las relaciones que se establecen entre ellos, lo que no favorece la comprensión del texto.
- La sintaxis utilizada tiende de forma muy evidente a la composición y a la subordinación como fórmulas para ampliar la información sobre un determinado hecho u evento, lo que supone una complejidad mayor para el mensaje a difundir.

- La escasez de oraciones simples, cuyo porcentaje es claramente inferior al de las oraciones compuestas, supone también un reflejo de cómo el redactor percibe la propia información que elabora; compleja e inabarcable en enunciados sencillos.
- En cuanto al léxico empleado, existe una tendencia elevada al empleo de términos relacionados con el área de especialización; una de cada cuatro palabras empleadas por los redactores contiene significado económico. Este empleo de términos especializados contrasta con la propuesta de “traducción” de los mismos que proponen ciertos autores, como es el caso de Rosa del Río y no parece apropiado en el caso de textos de diarios generalistas cuyo público objetivo es lego en la materia. En este caso, el empleo de estos términos sí podría ser adecuado en el caso de medios especializados en economía y finanzas, con un público que presenta conocimientos más avanzados de la temática estudiada.
- Además, los términos empleados se alejan del lenguaje oral en proporciones elevadas lo que implica que sean muy poco familiares para el lector y que su interés decaiga por la lejanía con la que le son transmitidas estas informaciones.
- El recurso a los elementos numéricos, las cifras, los porcentajes, etc. si bien resulta necesario es a la par, excesivo. Si observamos que, de media, más de un 6% de las palabras léxicas de un texto pertenecen a esta categoría, podemos deducir que en un artículo de extensión media nos encontramos con más de veinte cifras. Esto, lejos de ayudar a la comprensión del texto produce una sensación de exceso en el dato que no favorece la lectura del mismo.
- La morfología empleada presenta las características de los textos descriptivos más que narrativos. Existe tendencia a la preferencia de sustantivos y adjetivos, frente a verbos y adverbios. Esta predominancia provoca que los textos resulten demasiado técnicos e incluso con cierta tendencia didáctica, dejando a un lado la vertiente narrativa que resulta más cercana al lector.

7. RECOMENDACIONES

- En líneas generales, las oraciones han de ser sencillas y breves. Tradicionalmente, en medios como la radio que presentan una gran fugacidad y rapidez, se ha propuesto que cada idea esté expresada en una sola oración, separada por punto y seguido o punto y aparte de la siguiente. Esto es aplicable a los textos especializados ya que este tipo de información, adaptada a un lector de medios generalistas, requiere de un empleo de oraciones de menor extensión.
- La complejidad del mensaje viene dada no sólo por la extensión de las proposiciones sino por la necesidad de relacionar los significados de los distintos mensajes incluidos en cada una de ellas. Por tanto, la propuesta para simplificar el mensaje pasa por una reducción de la complejidad en favor de las oraciones simples.

- La expansión del significado se llevará a cabo utilizando, cuando se considere necesario, breves aposiciones explicativas que sirvan para introducir información que contextualice la proposición principal, sin necesidad de recurrir a un mayor nivel de composición de la oración.
- Respecto al ámbito de la semántica léxica, se considera que pueden existir dos posibilidades para una mejor comprensión del mensaje. En primer lugar, el recurso a la sinonimia; siempre que ésta se realice con la finalidad de facilitar sinónimos más comprensibles por el oyente con términos propios del nivel coloquial. En segundo, optar por la repetición de un mismo término cuando éste haya sido introducido anteriormente, como hilo de continuidad del significado dentro de la información redactada.
- Es necesario poner el foco en el lector, oyente o televidente y sobre todo, cuando se trata de medios especializados, tratar de conocer cómo percibiría la información que vamos a contar, cualquiera de las personas de nuestro entorno para adaptarnos a ellos sin perder la rigurosidad. En el caso de los términos especializados, se recomienda releer nuestros propios textos y observar si a través de procesos como el de la sinonimia, podemos encontrar la forma de evitar términos tan elevados como los que actualmente empleamos. Para esto, la doble lectura de los textos, recurriendo a un compañero de otra sección informativa, también puede resultar una buena opción.
- Ha de ser revisada la introducción de elementos numéricos que en ocasiones resultan innecesarios y únicamente contribuyen a arrojar complejidad al mensaje. Así, puede prescindir de aquellos elementos numéricos que se han mencionado anteriormente en la información, por ejemplo en el titular. También resultan superfluos aquellos datos que pueden ser deducidos por el lector y que son complementarios. Por ejemplo; *“El PIB español ha crecido un 2.3% este trimestre, lo que supone dos décimas más de la previsión del Banco de España, que situaba el avance esperado en un 2.1%”*. Como se puede observar, el último dato es completamente innecesario y sin embargo, suma dificultad para el lector.
- En lo que respecta a la morfología, la tendencia descriptiva de datos, estadísticas y reportes macroeconómicos resulta árida y alejada de la realidad diaria. Optar por estructuras con mayor contenido narrativo, en el que se prefiera “contar” a describir, utilizando para ellos mayor frecuencia de elementos verbales y menos sustantivación.
- No olvidamos algo que ya recomendaba Bloomberg en su guía de estilo, la humanización de la información económica. Aunque en el caso de Bloomberg nos refiramos a un medio especializado, los autores de su libro de estilo insisten en buscar historias humanas que soporten la actualidad económica por el interés que ello despierta en el lector. Esto es también aplicable a los textos de los medios generalistas y aunque no sea una cuestión estrictamente lingüística, sí que supone un giro estilístico importante que puede contribuir a dotar de cercanía a este tipo de informaciones.
- Finalmente, todas estas cuestiones y otras relacionadas con los textos especializados publicados en medios generalistas han de tener un espacio predominante en los manuales de redacción periodística. Actualmente, la

mayor parte de estos manuales, véase por ejemplo Cantavella y Serrano, dedican breves anotaciones al periodismo especializado y recomiendan evitar la superespecialización pero no aportan recomendaciones sobre la redacción en sí misma. Existen además manuales, como es el caso de la de Rosa del Río o de la de Arrese y Vara, destinadas a la formación de redactores expertos en economía, pero éstas tampoco se detienen en demasía en asuntos lingüísticos y se centran en su mayor parte en la temática y en los rasgos estilísticos generales.

8. REFERENCIAS

PUBLICACIONES PERIÓDICAS, REVISTAS, WEBS Y SIMILARES

Casero-Ripollés, Andreu. (2014) "La pérdida de valor de la información periodística: causas y consecuencias" en *Anuario ThinkEPI* v. 8, pp. 256-259.

Real Academia Española (2008). Banco de datos (CREA). Recuperado de: <http://corpus.rae.es/creanet.html>. Consultado en el año 2015.

Sáiz, F. (2001) El lenguaje en el periodismo económico, o cómo no gatillar el repo en II Congreso Internacional de la lengua española. Recuperado de: http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/el_espanol_en_la_sociedad/1_la_prensa_en_espanol/saiz_f.htm. Consultado el 01/02/2015.

The Economist (2015). *The Economist style guide*. Recuperado de: <http://www.economist.com/styleguide/introduction>. Consultado el 12/10/2015.

LIBROS, CAPÍTULO DE LIBRO O ENTRADA DE UN LIBRO DE CONSULTA, INFORMES TÉCNICOS, TESIS

Arrese, A. (2002). *La Prensa Económica: De la Lloyd's List al wsj.com*. Pamplona: EUNSA.

Arrese, A. (2008). Prensa económica y financiera en España. apuntes para una historia reciente. En Fernández Sanz, J. J., editor, *Prensa especializada. Doce calas*, (p. 136). Madrid: McGraw-Hill.

Cantavella J. y Serrano J.F. (Coords.) (2004) *Redacción para periodistas: Informar e Interpretar*. Barcelona: Ariel Comunicación.

Del Río, R. (2004). *Periodismo económico y financiero. Colección Periodismo especializado*. Madrid: Síntesis.

Downing, A. y Locke, P. (2002). *A University Course in English Grammar*. Londres: Routledge.

El Mundo (1996). *Libro de estilo del diario El Mundo*.

El País (2014). *Manual de estilo del diario El PAÍS de España*. Madrid: Aguilar.

García Rayego, R. y Martínez Victorio, L. J. (1991). Algunas características del discurso de la economía: Sus implicaciones pedagógicas. Documentos de Trabajo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales , 3:342.

Real Academia Española, Asociación de Academias de la lengua Española (2014). *Diccionario de la lengua española*. Barcelona: Planeta Publishing Corporation.

Schramm, W. (1954). *Process and Effects of Mass Communication*. Illinois: University of Illinois Press.

Stender, A. (2015). *Las metáforas de la salud en un corpus de la crisis financiera alemán-español*. E-Aesla, 1.

Vara, A. (2009). *Economía Básica para comunicadores*. Pamplona: EUNSA.

Vera y Blanco (2010). *Fundamentos de sintaxis*, Madrid: UNED.

Vigara Tauste, A. M. (2001). *Libro de estilo de ABC*. Barcelona: Ariel.

Winkler, M. (Ed.)(2014). *The Bloomberg Way. A Guide for Reporters and Editors*. New Jersey: John Wiley & Sons. Hoboken.

AUTOR

Yolanda Berdasco Gancedo

Yolanda Berdasco Gancedo es periodista y filóloga inglesa, especializada en radio e información económica. Defendió su tesis en la Universidad Complutense de Madrid con un estudio estadístico de las estructuras lingüísticas empleadas por los medios de comunicación ingleses y españoles en sus páginas de negocios. Además, ha desarrollado su labor durante varios años en el entorno radiofónico y tiene especial interés en la adaptación de las temáticas financieras para su divulgación al público lego. Dirige y presenta el espacio Diccionario Económico en Radio 5 (RNE).

ORCID: [0000-0003-0291-0617](https://orcid.org/0000-0003-0291-0617)

Scopus Author ID: [55772022200](https://scopus.com/authid/detail.url?authorID=55772022200)