

LIBROS

▼ Lorena Valor Rodríguez



La comunicación de nuevos productos financieros socialmente responsables; Rafael López y Cristina González Oñate; Madrid, Ciencias Sociales, 2008; 250 páginas

La obra cierra la investigación de un grupo de la Universitat Jaume I de Castellón interesado en el estudio de los productos financieros socialmente responsables y en descubrir el tratamiento que reciben los productos financieros en el mundo de la comunicación. La obra está dividida en cuatro partes. Primero se encuentra una pequeña introducción. A continuación hay una gran variedad de recortes periodísticos que reflejan el estado en el que se encuentra la temática de la investigación la cual se desarrolla a través de artículos en el tercer apartado. El último gran capítulo está dedicado a dar a conocer diferentes referencias técnicas del proyecto. La recopilación documental ocupa desde la página 23 hasta la 115 y está formado por artículos periodísticos –noticias, reportajes y entrevistas–. Los artículos de la obra siguen una estructura muy similar: introducción, dos o tres apartados para desarrollar la idea, una conclusión y algunos cierran con una pequeña bibliografía. El primer texto «Los productos financieros socialmente responsables: una necesidad apremiante» es de Rafael López Lita. En él se aborda la importancia del buen funcionamiento del sistema financiero como piedra angular del estado del bienestar y el valor que adquiere, por lo tanto, dar a conocer los productos que existen en el mercado para que la sociedad conozca las herramientas que existen. María Teresa Ribés Alegría es la autora del segundo artículo, «La inversión socialmente responsable en España: principales frenos para el desarrollo». En él se analiza la situación de la inversión socialmente responsable en España y señala algunos de los frenos que impiden su desarrollo y dar a conocer una serie de factores que deben de confluir para que adquiera un mayor volumen de mercado. «El papel de la comunicación especializada en el desa-

rollo de los productos financieros socialmente responsables en España» es un estudio compartido entre Juan Carlos Barreda, Rocío Blay y María Teresa Belloch. En el artículo se resalta cómo la comunicación financiera puede favorecer y mejorar el conocimiento de los términos financieros o para dar a conocer productos muy útiles para el consumidor y para la sociedad. «La comunicación en los productos financieros socialmente responsables» es el artículo redactado por Rosario Solá, que hace un recorrido por aquellos medios que pueden ser más eficientes para transmitir la información de los productos financieros socialmente responsables y llega a la conclusión de que los convencionales son los más apropiados para llevar a cabo esta función. A continuación se encuentra «De la ética del consumo del ahorro: un análisis de la comunicación de los productos financieros» de María Soler Campillo. En él se comprueba cómo ha evolucionado en los últimos años el tratamiento de estos productos en los medios de comunicación. «Estrategias de comunicación para productos financieros socialmente responsables. Importancia de la marca financiera» de Cristina González Oñate quien reflexiona sobre las mejores estrategias de comunicación para dar a conocer estos productos, ya que hay personas muy interesadas en adquirirlas pero no pueden hacerlo porque no tienen suficiente información. Magdalena Mut Camacho es la encargada del artículo «El problema es la solución». Mut subraya la importancia de solventar los escollos que actualmente impiden conocer los productos financieros y, para ello, resalta el papel de la figura del director de comunicación de la empresa financiera. El último artículo es de Carmen Boldó Roda y Estela Bernad Monferrer, «Reflexiones en torno al tratamiento jurídico de los productos financieros socialmente responsables en los casos de publicidad engañosa». Las autores aconsejan respetar la normativa general de publicidad y cumplir con los requisitos establecidos por la normativa general de publicidad y cumplir con lo establecido y con la normativa específica.