

**Valoración del cubrimiento de temas económicos por los medios de comunicación de
Cartagena**

Estudiantes:

Astrid Contreras Barrios

Lisbeth Cuadro Morales

Miledys Vásquez Jiménez

María Angélica Villa García

Docente asesor:

Germán Ruiz Páez

Universidad De Cartagena

Facultad De Ciencias Sociales Y Educación

Programa de Comunicación Social

Cartagena D.T y C.

2020

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo a todos los periodistas de Cartagena para que recuerden el verdadero compromiso que asumen frente al Estado y a los ciudadanos. Como profesionales, nuestro deber no es solo entretener sino comunicar e informar con el fin de construir una ciudadanía que entienda y analice las noticias relevantes para la ciudad y no únicamente cubrir información cultural, deportiva o del entretenimiento, sino también producir y difundir información con enfoque económico que ayude a los ciudadanos a tener una visión crítica de los problemas mercantiles y crear una concientización en posibles soluciones a este enigma social.

AGRADECIMIENTOS

A través de este apartado damos a conocer nuestros más profundos agradecimientos a todas aquellas personas que ocuparon un papel importante y que permitieron que lográsemos culminar este proyecto. Le damos primeramente las gracias a Dios, quien ha estado con nosotras en el transcurrir de esta carrera profesional y nos ha dado sabiduría para no detenernos en el desarrollo de esta investigación. En este mismo orden, agradecemos a nuestros familiares quienes han sido un soporte emocional y físico importante para el desarrollo de nuestra profesión y es importante agregar en este apartado el profundo agradecimiento que le profesamos a nuestros tutores Germán Ruíz y Luis Villareal quienes nos motivaron a realizar este estudio sobre el contenido económico emitido en nuestra ciudad y nos fueron dando instrucciones para construir esta investigación, del mismo modo, agradecemos a Milton Cabrera y Ricardo Chica, quienes durante todo el desarrollo de la carrera profesional nos han enseñado a construir los pilares correctos para fortalecer el carácter para ser comunicadoras.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general, evaluar el cubrimiento que realizan los medios de comunicación sobre temas económicos en la ciudad de Cartagena, en el cual se hizo por medio de un sondeo virtual aleatorio y exploratorio con una encuesta de opinión. La población fue escogida de manera aleatoria, teniendo en cuenta los estratos socio-económicos de los barrios de la ciudad. Además, se indagó de cómo los medios de comunicación de Cartagena emiten las noticias económicas, obteniendo como resultado que la mayoría de los cartageneros no muestran interés por conocer las noticias económicas, debido a que, para ellos suelen ser aburridas y poco importante para su vida, en algunos casos se manifestó que no les interesa, porque en la emisión de noticias económicas usan un lenguaje técnico para referirse a estos temas y por tal razón, no logran ser entendidos. Por otro lado, en los medios informativos de la ciudad evaluados, logramos ver, que hay una carencia de emisión de noticias de carácter económico en todos los medios de comunicación, es decir, prensa escrita, radial y televisa.

Palabras claves: cubrimiento, economía, medios de comunicación, noticias económicas, percepción, periodismo económico y tecnicismo.

ABSTRACT

The present research work has the general objective of evaluating the media coverage of economic issues in the city of Cartagena, in which it was done through a random and exploratory virtual survey with an opinion survey. The population was chosen randomly, taking into account the socio-economic strata of the city's neighborhoods. In addition, it was investigated how the Cartagena media broadcast economic news, obtaining as a result that the majority of Cartagena people do not show interest in knowing economic news, because, for them, they are usually boring and not very important for their lives. , in some cases it was stated that they are not interested, because in the emission of economic news they use technical language to refer to these issues and for this reason, they cannot be understood. On the other hand, in the evaluated news media of the city, we were able to see that there is a lack of broadcasting of economic news in all the media, that is, written press, radio and television.

Keywords: coverage, economics, media, economic news, perception, economic journalism, and technicality.

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
RESUMEN	4
ÍNDICE	6
OBJETIVOS	7
ESTA INVESTIGACIÓN TIENE COMO OBJETIVO GENERAL	7
ESTA INVESTIGACIÓN TIENE COMO OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	7
INTRODUCCIÓN	8
JUSTIFICACIÓN	11
CAPÍTULO I LA EMISIÓN DE TEMAS ECONÓMICOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	13
CAPITULO II TÉRMINOS CLAVES PARA EL CUBRIMIENTO DE NOTICIAS ECONÓMICAS.	18
CAPITULO III MARCO LEGAL PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PERIODISTAS EN COLOMBIA	21
CAPÍTULO IV DISEÑO METODOLÓGICO	24
CAPÍTULO V ANÁLISIS GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	27
CAPÍTULO VI CONCLUSIÓN	34
CAPÍTULO VII RECOMENDACIONES PARA LOS PERIODISTAS	36
BIBLIOGRAFÍA	38
Anexos	41

OBJETIVOS

ESTA INVESTIGACIÓN TIENE COMO OBJETIVO GENERAL:

Valorar el cubrimiento que realizan los medios de comunicación sobre temas económicos, en la ciudad de Cartagena.

ESTA INVESTIGACIÓN TIENE COMO OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Conocer la percepción que tienen la población cartagenera sobre las noticias económicas emitidas por los medios de comunicación de la ciudad y analizar los factores que se priorizan.

Caracterizar la información económica emitida por los medios de comunicación cartageneros.

Establecer las ventajas y desventajas que tienen las noticias económicas expresadas por especialistas y emitidas por periodistas.

Proponer estrategias para que los periodistas se motiven a entender e informar sobre periodismo económico.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto de grado está basado en una investigación virtual que se realizó con la finalidad de poder evaluar el cubrimiento que se ejecuta en los medios de comunicación sobre temas económicos en la ciudad; por lo cual se vio necesario la participación activa de algunos periodistas, especialistas en temas económicos y ciudadanos de la ciudad de Cartagena. A través de sus opiniones se logró observar cómo perciben el contenido noticioso de este carácter y sus posibles aportes sobre las ventajas y desventajas que se presentan en la emisión de esta sección informativa en los medios de comunicaciones locales.

De esta forma el presente proyecto busca los diversos factores que inciden en que la población Cartagenera vea o no este tipo de contenido noticioso, por lo cual se evaluaron dentro de esta investigación variables como lenguaje, tecnicismo, nivel de estudio, duración, claridad, entre otras; dentro del análisis realizado, este contenido económico debe ser netamente informado por los comunicadores quienes por sus estudios y su capacidad de transmitir información deben de ayudar a canalizar las noticias con un lenguaje más adaptable, claro y sencillo, pero por lo general las noticias con enfoque económico u administrativo son presentadas en los medios de comunicación local como prensa escrita, programas radiales y televisivos por especialistas estudiados en el tema como economistas y contadores que por sus estudios utilizan un lenguaje afín con su carrera, lo cual significa

que al momento de emitir/publicar este tipo de noticias solo una reducida parte de la población cartagenera podría entenderla.

A esto se le añade, que la población Cartagena a pesar de su gran avance como ciudad en desarrollo, sus mayores enfoques de estudio y participación están encaminada en gran medida a contenidos netamente culturales y deportivos dejando de un lado la parte económica o administrativa, es decir desinformándose de asuntos que compete a todos, al no ser de mucho interés este tipo de noticias en la ciudad los informes emitidos con carácter económico en Cartagena están diseñadas sin ningún tipo de respetabilidad lo cual hace que este tipo de noticias no sea relevante para la audiencia, es decir, los medios de comunicación de Cartagena no hacen mucho énfasis en orientar y profundizar acerca de estas noticias, ya que se extralimitan solo en informar, más no se realiza el labor de analizar y comunicar con un lenguaje común para la audiencia, por tal razón, la información no logra ser recibida y entendida por todos los ciudadanos, esto sin mencionar la poca distinción que tiene las emisiones económicas en comparación con a otras de carácter deportivos, culturales, de sucesos y entretenimiento.

De esta manera ilustrativa, se ve la necesidad por los investigadores de esta monografía en evaluar el cubrimiento que realizan los medios de comunicación sobre temas económicos en la ciudad de Cartagena, por lo cual en esta investigación se desarrolló en seis capítulos para precisar de manera clara todo este proceso de evaluación, donde el primer capítulo se expone el panorama de como los cartageneros y los periodistas analizan u observan las noticias económicas emitidas por los medios de comunicación de la ciudad, en el segundo capítulo identificamos los conceptos claves para entender el cubrimiento de los temas económicos en los medios de información, en el tercer capítulo señalamos alguna

de las leyes vigentes en el país con relación al papel que debe cumplir un profesional de esta área y sus deberes para con el estado y la ciudadanía, en el cuarto capítulo se presenta la metodología que permitió conocer la opinión de la población cartagenera seleccionada, sobre el dominio de la información económica y el cubrimiento de los medios de comunicación, en el quinto capítulo se realizó un análisis detallado de la carencia de emisión de noticias económicas en la ciudad y el desinterés de los ciudadanos para informarse sobre estas noticias, en el sexto y último capítulo se construyó una crítica hacia los medios para que se interesen más en transmitir constantemente noticias económicas y hacia los periodistas.

A través de este trabajo conocemos la percepción y factores que inciden en la población al momento de informarles sobre temas económicos, además, se pretende mostrar la realidad que vive el periodismo económico en la ciudad de Cartagena, con el fin de mostrar la necesidad que tiene la ciudad sobre la emisión de temas económicos y la falta de compromiso de los periodistas en Cartagena.

JUSTIFICACIÓN

Los contenidos informativos de carácter económico son muy poco valorados en la ciudad de Cartagena, debido a que en gran parte de las secciones existentes están desarrolladas para transmitir contenido deportivo, de sucesos, culturales y de entretenimiento, desconociendo aquellos contenidos económicos que compete a toda la población cartagenera.

Debido a esto los comunicadores no saben analizar y transmitir este tipo de noticias dándole poca respetabilidad y desertando la importancia y necesidad que tienen los cartageneros de saber y entender estos temas. Por tal razón se busca generar consciencia en los periodistas para que no solo sean repetidores de la información existente, sino canalizadores de información que usualmente son emitidas en los medios de comunicación por economistas y contadores.

Por otra lado, se logra percibir que parte de los ciudadanos no les interesan este tipo de noticias, manifestando en algunos casos que su desinterés no está enmarcado en su contenido informativo, sino con el lenguaje técnico que suele utilizar para la transmisión de este tipo de noticias económicas, que no es claro ni sencillo para ellos como audiencia, debido a que este tipo de contenidos son impartidos por expertos en áreas administrativas y económicas y usan un lenguaje técnico afín a su área que hace poco accesible el contenido al entendimiento de los ciudadanos, teniendo en cuenta lo anterior cabe resaltar,

que la emisión de noticias económicas en la ciudad es muy poca, es decir, hay una fuerte carencia de periodismo económico en Cartagena.

Si existiera un compromiso por parte de los periodistas para emitir noticias económicas pensando en los ciudadanos, la tasa de desempleo en la ciudad mitigaría y los trabajos informales enfocarían su actividad económica, en las actividades que generan mayor ingreso de dinero en la ciudad, además, si los ciudadanos entienden cómo funciona la economía podrían formalizar su idea de negocio y así en la ciudad aumentarían las ofertas de empleo estables y la historia de la ciudad en el área económica sería diferente.

Por tales razones nace esta investigación, con el fin de concientizar a los periodistas de la ciudad de Cartagena para que adquieran un mayor compromiso en la transmisión de noticias con enfoque económica para que esta sea emitida con la mejor claridad posible para que pueda ser recibida de forma clara por los ciudadanos, para hacer cumplir su responsabilidad social de informar, difundir, mediar y cubrir temas relevantes de la ciudad de forma oportuna y estratégica, para que los ciudadanos comprendan y se genere interés por lo comunicado.

CAPÍTULO I

LA EMISIÓN DE TEMAS ECONÓMICOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Perspectiva de las noticias económicas en la población cartagenera y los periodistas.

La economía es una ciencia poco tratada y poco entendida por los periodistas, pues es considerada un tema muy complejo, por tal motivo, la carencia de difusión de información económica fue la prioridad para investigar y desarrollar este proyecto, ya que cada día las noticias económicas y sus cambios parece impórtale mucho menos a la población cartagenera, sin embargo, este desinterés podría ser justificado por varios factores como el grado de escolaridad, la falta de conocimientos previos sobre economía, tecnicismo o simplemente desinterés.

Actualmente, los países del mundo atraviesan por una crisis sanitaria y económica “*Covid-19*”, y aun estando en tiempo de pandemia los ciudadanos Cartageneros son incapaces de entender cómo funciona la economía global que afecta a Colombia y por ende afecta nuestra economía local. Por lo cual, este proyecto enriquecerá el conocimiento de aquellos profesionales en periodismo e inculcar un interés por crear competencias en temas económicos, sobre todo cuando en la ciudad de Cartagena la economía muestra diferentes facetas: la elite, los asalariados y una gran informalidad.

Básicamente el interés que se pretende llevar a cabo por medio de esta presente investigación es para que los periodistas locales quienes deben actuar como traductores, logren tener en cuenta que la población a la cual se le está transmitiendo dicho contenido no logran entender el tecnicismo con el que se da la información, debido a que los periodistas manejan dentro de sus competencias un lenguaje más común, que será recibida con mayor facilidad por la audiencia poco conocedoras de estos temas de carácter económico. Se debe agregar que años atrás se ha venido observando el deterioro en la transmisión de la información generando apatía al ciudadano, llevando a un desinterés masivo, en vista de lo anterior esta línea de investigación precisa buscar herramientas que permitan al periodista dar a conocer temas económicos, con estilo informativo, pero con un lenguaje específico, para que la población cartagenera se motive a entender noticias económicas.

Antecedentes de inclusión de temas económicos en los medios de comunicación.

Dentro de los procesos de análisis de información, se logró rescatar a nivel internacional, una investigación realizada por los investigadores Emaides, A. Rodríguez, J & Luna, M. (2013), titulada como análisis comparativo entre medios nacionales y locales y su relación con la percepción de la opinión pública de la agenda económica y sus características, en el cual se propone indagar y describir las características que presenta la información económica en diarios generalistas y la percepción de la información económica por parte del público en general; todo en el contexto de la reestructuración capitalista, es decir, en un contexto de crisis. Sus resultados pueden servir para el diseño de

propuestas que mejoren el ejercicio del periodismo económico y la calidad de la información.

Como segundo antecedente se encuentra el autor Arrese, Á. (2000). En su tesis titulada el desencuentro entre el periodismo y economía, donde menciona que la comprensión de los acontecimientos económicos tiene creciente importancia en la sociedad actual, por lo que cabe esperar que los medios de comunicación jueguen un papel fundamental en ese proceso. Sin embargo, la economía como ciencia se ha ido haciendo más sólida y compleja, y los medios de comunicación han pasado a ser masivos, se han ido levantado una serie de barreras entre los profesionales que la investigan y quienes tienen la función de informar sobre la actualidad económica. Esas barreras se concretan en el desencuentro entre ambas profesiones, un desencuentro que se debe superar debido a que es un bien deseable para la mejora de la cultura económica del ciudadano.

De igual manera en España, específicamente en Madrid el exponente Calvo, E. (2010). Realizó un taller titulado periodismo económico: estándares informativos de calidad y perfil del periodista especializado, La calidad de la información de un país depende tanto de su marcha socio-política como de la formación y la ética de sus periodistas. En el ámbito de la información económica, con un complicado lenguaje técnico y trascendentales consecuencias sociopolíticas, la ética periodística se hace más exigente. La expansión de la información económica y los desafíos del buen ejercicio periodístico han generado un creciente corpus de reflexiones sobre esta actividad, su impacto en la vida pública y en el comportamiento económico de individuos, mercados y gobiernos. A los desafíos profesionales se han unido retos empresariales y tecnológicos que condicionan la calidad

informativa. En este contexto, se analiza el perfil del periodista especializado en Estados Unidos, Argentina, Venezuela y España.

Siguiendo en la misma rama de investigaciones y talleres sistematizados realizados a nivel internacional se puede destacar la tesis de Fernández, A. (2009). Titulada como análisis de las características del periodismo económico en el tratamiento informativo del suplemento de economía y negocios emprendedores. Menciona que, en la actualidad, los temas de economía, finanzas y negocios han dejado de ser exclusivos de los especialistas en el sector para interesar al público en general. Por eso, los medios especializados en economía de la prensa escrita deben tener un tratamiento informativo, independientemente de su estilo, acorde con las características del periodismo económico: cuanto más claro, didáctico y utilitario sea, tendrán una mejor comunicación con su público. La presente investigación aporta información específica sobre la presencia de las características del periodismo económico en el estilo del tratamiento informativo de las publicaciones especializadas en economía, a partir del caso del suplemento de economía y negocios Emprendedores del diario La Industria de Trujillo, Perú.

A nivel nacional, Colombia, González, L & Recoba, E. (sistematizada por la FNPI, 2019), realizó un taller titulado como Herramientas para hacer periodismo financiero, sobre cómo manejar el equilibrio en las fuentes y cómo hacer un periodismo económico ético, aluden que América Latina está sumida, en su mayoría, en medio de la polarización, y esto no solo da tema para quienes cubren aspectos de puja de poder gubernamental, sino que impacta y modifica significativamente la manera como el periodismo económico funciona para informar sobre un activo o un fenómeno de esta naturaleza. Y todo esto parte del interés de las fuentes.

Y por último en Colombia el conferencista Estefanía, J. (sistematizada por FNPI & CAF, 2016). Periodismo económico y periodismo social: dos caras de la misma especialidad. Este taller buscó que los participantes conocieran los orígenes, las tendencias y las perspectivas del periodismo económico, en donde los temas sociales aún no encuentran un lugar suficientemente privilegiado. Joaquín Estefanía propone una reflexión sobre el presente y futuro del periodismo económico en el mundo. Para ilustrar sobre los retos contemporáneos del periodismo económico, menciona algunas tendencias, por ejemplo, la llamada Nueva Economía y aborda casos como el de Enron, la desaparecida multinacional de Estados Unidos. Basado en uno de los tres pilares básicos de la formación periodística de Gabriel García Márquez, “la incertidumbre de que la investigación no es una especialidad del oficio, sino que todo el periodismo debe ser investigativo por definición”, Estefanía sostiene que el periodismo económico está indisolublemente ligado al periodismo social: son dos caras de la misma moneda. Fiel a esta metáfora del trabajo periodístico, propone cerrar el taller con el tema de la desigualdad, el lado oculto de la prosperidad económica.

CAPITULO II

TÉRMINOS CLAVES PARA EL CUBRIMIENTO DE NOTICIAS ECONÓMICAS.

Para esta monografía es preciso identificar y definir algunos conceptos importantes para entender el cubrimiento de los asuntos económicos en los medios de comunicación y el desarrollo de esta investigación.

Periodismo económico

Para Calvo, E. García, M & Núñez, P (2012) Es la gran transformación de la prensa financiera para la transformación y proliferación de contenidos financieros que, a través de la red, ofrecen al cibernauta la más completa información económica. Permitiendo que la audiencia tenga acceso a esta clase de contenidos multimedios de manera sencilla y clara. (p. 47).

Economía:

La economía es un factor transcendental dentro de los procesos de crecimiento y ajustes socios culturales ya que permite entender cómo afecta la moneda y otros asuntos administrativos y mercantiles a la comunidad, por esta razón Samuel Son (citado por Astudillo & Paniagua,) menciona que [...]la economía es el estudio de la manera en que los hombres y la sociedad utilizan haciendo uso o no del dinero recursos productivos escasos,

para obtener distintos bienes y distribuirlos para su consumo presente o futuro entre las diversas personas y grupos que componen la sociedad.

Medios de comunicación:

Los medios de comunicación son canales de redes o transmisión de información creados por el hombre con la finalidad de producir y crear contenidos para emitir con mayor afluencia de personas la información o cualquier otro tipo de contenido. Por ende tal como lo plantea la Federación Internacional de Periodistas (citado por González, 2019) es entendida como una pieza clave en la construcción de sujetos sociales y de la agenda pública [...] De esta manera, podemos afirmar que el control sobre los medios es un componente crucial del control social [por lo tanto] la construcción y centralización de la propiedad en los distintos rubros infocomunicacionales [concentración conglomerar] conlleva una homogeneización del discurso, y por lo mismo, un afianzamiento de la dominación de ciertos grupos sociales sobre el resto, consolidando relaciones de poder económico, político y cultural.

Tecnicismo:

Oriol (citado por Puche, M. 2015) declara que el tecnicismo pueden admitirse como una palabras de etimología más erudita, porque han de emplearse por personas instruidas en quienes cabe suponer extensos conocimientos filológicos que aclaren fácilmente su significado; en la tecnología profesional, que ha de ser manejada también por los obreros y por personas extrañas a la industria, debe representarse con suma claridad cada objeto o

cada operación por medio de una palabra castiza propia o semejante, tomada de objetos u operaciones análogas.

Lenguaje periodístico:

Martínez (citado por Zavala. H & Corona. M, 2010) afirman que el lenguaje o estilo periodístico, cada persona que escriba mostrará uno propio. Por lo tanto, un periodista, poeta o novelista pueden tener su estilo personal dentro del género que cultivan. Sin embargo, Corona et al. (2005), citando a Martínez (1997), plantean que el lenguaje periodístico alude a caracteres de ideación y expresión específicos de un género frente a los demás. De esta manera, el lenguaje periodístico puede definirse como una forma expresiva de carácter informativo y comunicativo, empleada por las personas que estructuran los mensajes que se difunden a través de los medios de comunicación de masas.

Percepción

La percepción es un proceso psicológico esencial para la captación de cada uno de aquellos estímulos externos, permitiendo la focalización de la atención en aquellos eventos o procesos comunicativos que se pueden observar a través de las redes o medios de comunicación. Partiendo de esto, para Carterette y Friedman (citado por Arias, 2004-2005) afirma que: Este proceso cognitivo es una parte esencial de la conciencia, es la parte que consta de hechos intratables y, por tanto, constituye la realidad como es experimentada. Esta función de la percepción depende de la actividad de receptores que son afectados por procesos provenientes del mundo físico. La percepción puede entonces definirse como el resultado del procesamiento de información que consta de estimulaciones a receptores en condiciones que en cada caso se deben parcialmente a la propia actividad del sujeto. (p.10)

CAPITULO III
MARCO LEGAL PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PERIODISTAS EN
COLOMBIA

La Constitución Política de Colombia de 1991 que indica que el país es un estado social de derecho, permite entender cuál es la estructuración y el accionar del estado, también asimilar a la sociedad como un actor fundamental para la administración y la construcción de los territorios.

Lo anterior sirve para entender cuáles son las normas que se asocian con el proyecto de investigación que estamos desarrollando y mencionar cual es el deber y el hacer de los medios de comunicación en Cartagena-Colombia y periodistas.

Tabla 1

Artículos y leyes de la constitución política de Colombia que rigen en medios de comunicación y periodistas

Constitución política de Colombia Título II De los derechos, las garantías y los deberes.
Capítulo I, De los Derechos Fundamentales.
<i>Artículo 18.</i> Se garantiza la libertad de conciencia. Nadie será molestado por razón de sus convicciones o creencias ni compelido a revelarlas ni obligado a actuar contra su conciencia.
<i>Artículo 20.</i> Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de

fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

Artículo 26: Toda persona es libre de escoger profesión u oficio. La ley podrá exigir títulos de idoneidad. Las autoridades competentes inspeccionarán y vigilarán el ejercicio de las profesiones. Las ocupaciones, artes y oficios que no exijan formación académica son de libre ejercicio, salvo aquellas que impliquen un riesgo social.

Ley 599 Del 2000 Código Penal de Colombia.

Título III. Delitos Contra la Libertad Individual y Otras Garantías. Capítulo VII, De la Violación a la Intimidad, Reserva e Interceptación de Comunicaciones.

Art. 192: *Violación ilícita de comunicaciones. (Penas aumentadas por el artículo 14 de la Ley 890 de 2004, a partir del 1o. de enero de 2005. El texto con las penas aumentadas es el siguiente):* El que ilícitamente sustraiga, oculte, extravíe, destruya, intercepte, controle o impida una comunicación privada dirigida a otra persona, o se entere indebidamente de su contenido, incurrirá en prisión de dieciséis (16) a cincuenta y cuatro (54) meses, siempre que la conducta no constituya delito sancionado con pena mayor.

Título X. Delitos Contra el Orden Económico Social. Capítulo I, Del Acaparamiento, la Especulación y Otras Infracciones.

Art. 302: *Pánico económico. (Penas aumentadas por el artículo 14 de la Ley 890 de 2004, a partir del 1o. de enero de 2005. El texto con las penas aumentadas es el*

siguiente): El que divulgue al público o reproduzca en un medio o en un sistema de comunicación pública información falsa o inexacta que pueda afectar la confianza de los clientes, usuarios, inversionistas o accionistas de una institución vigilada o controlada por la Superintendencia Bancaria o por la Superintendencia de Valores o en un Fondo de Valores, o cualquier otro esquema de inversión colectiva legalmente constituido incurrirá, por ese solo hecho, en prisión de treinta y dos (32) a ciento cuarenta y cuatro (144) meses y multa de sesenta y seis punto sesenta y seis (66.66) a setecientos cincuenta (750) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

CAPÍTULO IV

DISEÑO METODOLÓGICO

El presente proyecto corresponde a la denominada investigación de tipo descriptivo con un alcance aplicativo, la cual alude en reconocer y describir el estado, las características, factores y procedimientos presentes en los acontecimientos sociales que ocurren en forma natural sin intervenir o influir de manera directa, que en este caso corresponde al cubrimiento de los temas económicos por los medios de comunicación de Cartagena.

De igual manera esta investigación tiene un enfoque cualitativo ya que permitirá analizar la percepción que tiene la población cartagenera sobre temas económicos, entender cómo se caracterizan las noticias económicas por los medios locales, describir las ventajas y desventajas que se pueden encontrar en la emisión de noticias económicas difundidas por periodistas y por especialistas y establecer estrategias para que los periodistas se motiven a informar noticias económicas.

La muestra que se utilizará para desarrollar el proyecto será los medios informativos locales más frecuentados por la población Cartagenera y algunos residentes de barrios de diferentes estratos de la ciudad, esto con el fin de realizar un análisis más amplio para responder nuestros objetivos específico.

La investigación se logró llevar a cabo a través de un sondeo virtual aleatorio y exploratorio por medio de una encuesta de opinión, donde se analizó de forma detallada las opiniones que presentan los evaluados. Además, esta encuesta fue aplicada a hombres y mujeres de los distintos barrios de la ciudad con diferentes estratos socio-económicos indicados por el Consejo Nacional de Política Económica y Social, los barrios

seleccionados fueron:

Tabla 2

Barrios seleccionados para la encuesta

El recreo
San José
13 de junio
Los Alpes
Manga
Escallón villa

Por otro lado, los medios de comunicación de la ciudad de Cartagena fueron escogidos del mismo modo, por un sondeo de forma aleatoria, es decir, se escogieron diferentes medios de comunicación populares de la ciudad y se les realizó un seguimiento al contenido noticioso emitido alrededor de dos semanas, los medios elegidos fueron:

TELEVISIÓN	RADIO	PRENSA ESCRITA	REDES SOCIALES
Canal Cartagena	Caracol radio	El universal	El bolivarense
	UDC radio	Q'hubo	política heroica
	Olímpica		

Además, se realizaron entrevistas virtuales a periodistas y especialistas económicos de la ciudad.

El procedimiento que se realizó para obtener los datos que nos permitieron llegar al análisis final, lo realizamos de la siguiente manera, con los medios de comunicación se les hizo seguimiento por dos semana para conocer su programación y el contenido difundido, en el cual tuvimos en cuenta los temas tratados, el lenguaje y el tiempo/extensión de difusión del contenido, con los ciudadanos realizamos una encuesta de opinión que se tenía la alternativa de responder por mensajes de voz o escritos vía WhatsApp o el formato de entrevistas Google y de manera presencial, las entrevistas con los periodistas y especialistas de economía se realizaron vía zoom, cada entrevistas tuvo una duración de veinte minutos aproximadamente.

Es importante agregar que el banco de preguntas seleccionadas fue designado para ser respondidas por cualquier persona, sin necesidad de tener conocimientos previos al tema tratado, todas las preguntas fueron abiertas, con la finalidad de conocer su postura desde su vivencia, las entrevistas a los periodistas y especialistas se les hizo una única pregunta que fue: ¿Desde su perspectiva como analiza y examina el periodismo económico en la ciudad?

Por medio de esta obtención de datos se logró conocer los distintos ángulos de comprensión que tienen los ciudadanos cartageneros frente a temas económicos y cuanta importancia les ceden a estos. Analizamos sus comportamientos y sus intereses en relación a la forma en la que acogen este tipo de información, de igual forma observamos cómo estos temas pueden beneficiarlos en su economía individual y familiar.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

Para empezar, percibimos que en la ciudad de Cartagena hay una carencia de emisión de noticias económicas, ni siquiera hay una sección formal para difundir esta información. Por consiguiente, el conocimiento de los cartageneros sobre asuntos económicos es deficiente.

Inicialmente el lenguaje, los gráficos y términos que se utilizan para la difusión de noticias económicas en los medios de comunicación, algunos ciudadanos cartageneros no logran entender estos conceptos, lo cual incita a no preocuparse sobre el interés que necesita este tipo de noticias relacionadas con la economía.

En Cartagena más del 40% de la población depende de la informalidad laboral según el DANE, y gran parte de esta población no tiene afinidad con las noticias económicas, por un lado, el acceso a la educación no les fue posible, por consiguiente, no es fácil entender los términos propios de la economía, y a su vez los difusores de información no generan herramientas para que todos o en su gran mayoría entiendan y vean estos temas de forma importante.

Por otro lado, en la ciudad la población asalariada o con grado de escolaridad avanzado, muestran desinterés por asuntos económicos locales, según las encuestas realizadas en esta investigación, debido a que la información económica para ellos no es relevante para su propia economía, incluso la economía local no les afecta, manifestó uno de los entrevistados. Afirmando que “el dinero que yo obtengo es producto de mi arduo trabajo”.

De modo que los factores que alimentan el desinterés de los ciudadanos es el lenguaje, los términos no comunes y la escasa difusión de noticias económicas, estos factores son quienes afectan directamente el interés sobre la información económica, y que de primera mano afecta a los ciudadanos, quienes señalan estos temas de poca importancia y argumentando que no les afecta si tienen o no conocimiento sobre ellos.

Cada una de las exploraciones se desarrolló con ciudadanos cartageneros quienes viven en distintos barrios con diferentes estratos socioeconómicos. Entre los estratos seleccionados aleatoriamente, fueron escogidos estratos 2, 3, 4 y 5. Siendo el barrio Olaya, 13 de junio estrato 2, San Fernando, los Alpes, Escallón villa estrato 3, el recreo estrato 4, y por último manga, estrato 5, según el Consejo Nacional de Política Económica y Social.

Las preguntas fueron formuladas para comprender el conocimiento previo, percepciones, intereses y puntos de vista de algunos ciudadanos con relación a las noticias económicas y con base a la recolección de datos se obtuvieron los siguientes resultados resaltando las 3 preguntas más relevantes que nos permiten analizar el comportamiento de los ciudadanos.

“Yo no entiendo esas noticias, es más, ni siquiera las veo porque nunca las entiendo” - Melva vitola mujer de 40 años residente del barrio Olaya, ama de casa.

“Este tipo de noticias deben tomarse más en cuenta porque es claro que en los medios de comunicación de Cartagena, las noticias económicas pasan por alto”. - Lizeth cuadro mujer de 25 años, profesional en ingeniería industrial.

“Las noticias económicas son importantes, pero también es importantes que no las muestren como una sección aburrida y llena de números y estadísticas en las noticias, que

al final no dicen nada relevante.” - Javith Adechine, hombre de 31 años de edad, residente del barrio Manga y abogado de profesión.

Tabla 1

Opinión sobre la importancia de emisiones económicas

<i>Preguntas</i>	<i>Estrato 2</i>	<i>Estrato 3</i>
¿Usted le interesa ver noticias económicas? Si/No ¿Por qué?	<ul style="list-style-type: none"> • Si le interesan (4%) • No le interesan (21%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Si le interesan (10%) • No le interesan (15%)
¿Cuándo ve algún reporte de noticias económicas lo entiende? Si/No ¿Por qué?	<ul style="list-style-type: none"> • Si lo entienden (2%) • No lo entienden (23%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Si lo entienden (9%) • No lo entienden (16%)
¿Cree usted que ver, leer o escuchar noticias económicas es importante para su propia economía? Si/No ¿Por qué?	<ul style="list-style-type: none"> • Si es importante (1%) • No es importante (24%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Si es importante (20%) • No es importante (5%)

Sondeo de opinión realizado a la población de algunos barrios de la ciudad de cartagenera

Tabla 2

Opinión sobre la importancia de emisiones económicas

<i>Preguntas</i>	<i>Estrato 4</i>	<i>Estrato 5</i>
¿Usted le interesa ver noticias económicas? Si/No ¿Por qué?	<ul style="list-style-type: none"> • Si les interesa (15%) • No le interesa (10%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Si les interesa (18%) • No les interesa (7%)
¿Cuándo ve algún reporte de noticias económicas lo entiende? Si/No ¿Por qué?	<ul style="list-style-type: none"> • Si lo entiende (20%) • No lo entiende (5%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Si lo entiende (23%) • No lo entiende (2%)
¿Cree usted que ver, leer o escuchar noticias económicas es importante para su propia economía? Si/No ¿Por qué?	<ul style="list-style-type: none"> • Es importante (20%) • No es importante (5%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Es importante (23%) • No es importante (2%)

Sondeo de opinión realizado a la población de algunos barrios de la ciudad de cartagenera

Los ciudadanos previamente entrevistados expresan detalladamente sus opiniones, resaltaron lo insatisfecho que están en relación con la manera en cómo se emiten y difunden las noticias económicas en la ciudad. Muchos de ellos resaltaron la poca importancia que los medios de comunicación le dan al contenido económico. Por otra parte, mencionaron que el periodismo en Cartagena es muy simple y los periodistas no están haciendo nada para mostrarle al pueblo la información que se necesita para dar frente algunos problemas que tenemos en la ciudad como la informalidad laboral y el desempleo, enfatizando que en las noticias se transmite información general económica, sin ningún análisis a la situación actual económica de la ciudad.

Por otro lado, la educación fue un tema que algunos entrevistados seleccionaron como primer factor que impide que las noticias económicas sean tomadas en cuenta, señalándolo como un principal factor que conduce a los cartageneros a no tener en cuenta la ausencia de estas noticias vitales para la economía local y personal.

Además, los entrevistados se refirieron a los medios de comunicación como parte del rebaño perplejo que menciona Noam Chomsky, debido a que lo se emiten no está educando, sino que solo informan repitiendo noticias confirmada por otras fuentes, y el mayor contenido que se emite es de entretenimiento.

Yicela Aycardi, estudiante de último semestre de economía afirmó que: “Los periodistas deberían tomarse en serio su trabajo, que son más que un rostro bonito para decir simplezas, en teoría ellos son la voz del pueblo, pero se han convertido en el megáfono del mejor postor”.

Así mismo, dentro del análisis realizado a los medios de comunicación seleccionados de la ciudad de Cartagena, logramos observar la carencia de emisión de noticias económicas en la ciudad, los medios de comunicación tienden a priorizar noticias de sucesos, cultura, deporte, entretenimiento y judiciales, sin embargo, las noticias netamente de informes económicos parece no importarles a los medios de comunicación, el 98% de los medios analizados no dicen nada relacionado a la economía local, ni nacional, ni internacional, solo hacen mención de la variación del precio del café, dólar y petróleo, generando mayor desinterés en la población, pues para ellos estos datos tan generales no determina, ni afecta su economía individual.

Actualmente estamos sobre llevando una pandemia que ha cambiado notoriamente el sistema económico mundial, nacional y local; los medios de difusión de noticias no han realizado un cubrimiento donde se precise la situación económica real de la ciudad y como esto afecta directamente la economía de cada núcleo familiar, ni cuál es la mejor alternativa para que los cartageneros puedan mejorar su situación.

Si la mayor parte de la población entendiera cuales son las principales actividades que generan mayor ingreso económico en la ciudad y los medios de comunicación informaran sobre dichas actividades se podría mitigar la tasa de pobreza y la informalidad. Según la población cartagenera seleccionada, el turismo, el sector portuario y logístico y la industria manufacturera son las que generan mayor ingreso económico a Cartagena, por ende, si los medios de comunicación informaran con un lenguaje común estas actividades económicas como principales fuentes de recursos en la ciudad, los trabajadores informales podrían apuntar a estructurar su idea de negocio hacia estas actividades y podrían mejorar su economía y no hacer parte de la tasa de informalidad laboral, además, si toda la

población de Cartagena entendiera estas actividades, la tasa de pobreza y desempleo disminuiría notoriamente, porque si baja la tasa de pobreza, la informalidad labor y la ciudad mostrara menos problemáticas económicas, existieran más empresas interesadas en invertir en nuestra ciudad.

Además, en el desarrollo de esta investigación se pudo establecer las ventajas y desventajas de que las noticias económicas sean emitidas por especialistas económicos y no propiamente por periodistas, además, se logró entender la percepción de la población cartagenera frente a las noticias económicas emitidas en los medios de comunicación actuales.

- Dentro de la población seleccionada para nuestra investigación el 46% no entienden las noticias económicas, por el vocabulario especializado que usualmente usan para informar, además, tiene poco tiempo de emisión para explicar los temas económicos, por lo general el medio de comunicación tienden a darle mayor tiempo de emisión a programas culturales, deportivos y sucesos que a propios asuntos económicos.
- Durante la emisión de noticias económicas, no hacen uso de ayudas audiovisuales dinámicas o imágenes descriptivas para apoyar la explicación de la información económica que se está emitiendo, por lo general solo usan estadísticas complejas de interpretar que expresadas verbalmente por el periodista o el especialista.
- los periodistas difunden la información de manera muy superficial, sin realizar un análisis profundo de esa información económica, utilizando un vocabulario poco

tradicional que permite que la población no entienda, ni le interese la información económica del momento.

Ambos profesionales están en capacidad de informar las noticias económicas, sin embargo, deben reestructurar la forma como emiten estas noticias, es decir, el lenguaje debe ser entendible para los cartageneros, además, deben usar ayudas audiovisuales de fácil lectura y si es necesario emplear términos propios de la economía.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIÓN

Crítica social a los medios de comunicación, periodistas y ciudadanos

El periodismo está llamado a construir realidades, ser mediador para crear una mejor sociedad, educada e informada. Sin embargo, a los periodistas de Cartagena se les ha olvidado su compromiso con la sociedad, están sumergidos en un desinterés, en una apatía de no abordar temas importantes, de interés social, y solo se han dedicado a estar detrás de una primicia, permitiendo que el ejercicio periodístico sea desvalorado y accionado por personas que no ejercen el oficio de periodistas.

Actualmente, todo parece indicar que se perdió el norte del periodismo. Es y siempre ha sido una profesión de presión en donde se debe tener una responsabilidad con la audiencia, pero en muchas ocasiones esa responsabilidad se confunde o se malgasta. En Cartagena los periodistas han optado por desarrollar un periodismo que la mayoría califica de mediocre, en donde se difunde información que desinforma al ciudadano; o en algunos casos emiten información incompleta.

Si hablamos de periodismo económico es una rama que en Cartagena puede ser calificada como deficiente e incluso no desarrollada directamente por quienes deberían hacerlo: los periodistas, en las pocas noticias económicas que día a día vemos en los informativos, parecen no medírsele a este tipo de noticias sino más bien ceden esa responsabilidad a los economistas, quienes están capacitados para utilizar un lenguaje que no resulta fácil de entender. ¿Acaso los periodistas no desarrollan las competencias suficientes para informar acerca de asuntos económicos importantes de la ciudad? Todo

parece indicar que las preocupaciones a nivel económico de la población cartagenera no les interesan, no escuchan, ni miran una problemática social, que pudimos analizar durante el desarrollo de esta monografía. Los cartageneros necesitan periodistas comprometidos con los ciudadanos, que les comuniquen la verdad, que les expliquen cómo salir de su pobreza, como mitigar la informalidad y que no solo se dediquen a publicar información que, si bien es relevante, no les ayuda a cambiar una problemática social que se vive en la ciudad como la pobreza. Si el pueblo estuviera educado, la historia de Cartagena sería diferente, al final de todo el periodismo económico es la misma moneda del periodismo social.

De acuerdo con los resultados arrojados por la exploración, fue notorio el desinterés por parte de los ciudadanos hacia los temas económicos. Para algunos, queriendo entender las noticias económicas, pero con dificultades para entender el lenguaje utilizado, es mejor ignorar estos temas. Para otros, los asuntos económicos no les interesan porque consideran que no los afectan, su grado de escolaridad les dificulta entender y resuelven desconocerlos.

CAPÍTULO VII

RECOMENDACIONES PARA LOS PERIODISTAS

De acuerdo al resultado del análisis se creó productos e ideas que permitan caracterizar la información económica emitida por los medios de comunicación cartageneros y proponer estrategias para que los periodistas se motiven a informar sobre periodismo económico.

- Se debe realizar cursos alternos relacionados con temas económicos, ya que permitirá entender conceptos básicos de la economía y así el periodista podrá emitir la información económica con claridad.
- Implementar dentro de las instituciones de educación superior en el pregrado de comunicación Social de Cartagena el estudio de la economía con mayor fuerza, ya que es de vital importancia que los periodistas entiendan que saber economía es tener la oportunidad de explicar a la ciudadanía temas que los especialistas no dejan muy claro y es necesario para que los ciudadanos construyan finanzas sostenibles.
- Realizar talleres de concientización para que los periodistas entiendan la importancia de su economía y así puedan informar a la población para que mejoren su economía.
- Los medios de comunicación podrían promover empleos netamente para periodistas económicos, es decir, crear la necesidad laboral para que los periodistas estudien economía y emitan la información económica de manera clara y concisa.

Frente al análisis anteriormente presentado podemos concluir que los medios de comunicación no están escuchando las necesidades económicas de la población

cartagenera, sino que se preocupan más por entretener y dar noticias de sucesos o lo más trinado en redes sociales, sin interesarle la importancia de educar sobre temas económicos para así mitigar la informalidad, el desempleo y el desconocimiento de estos temas; Si los medios de comunicación de Cartagena hicieran mayor énfasis en emitir, educar y urbanizar los temas económicos, el interés de la población a estos temas fuese mayor, ya que nos encontramos en una sociedad donde los medios de comunicación son el cuarto poder, es decir, la influencia que emiten sobre la población permite cambiar su forma de hablar, actuar y pensar, sin embargo, la población cartagenera se encuentra en una zona de confort donde la ignorancia y la falta de interés hacia temas económicos hace que los medios de comunicación no se motiven a emitirlos, ya que los temas diferentes a los asuntos económicos, es lo que más les interesa.

Por otra parte, si los medios de comunicación y los periodistas se preocuparan por apoyar, asesorar y difundir las ideas de negocio de los trabajadores informales, la economía de la ciudad podría mejorar y así las grandes industrias turísticas, portuarias y manufactureras invertirían en la ciudad, generando empleo a los ciudadanos y disminuyendo la tasa de desempleo y pobreza.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, E. (2004-2005). *Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas*. Horiz. Pedegóg. Volumén 8, No. 1 Año 2006 / pags: 9 – 22
- Arrase, Á. (2004). *El desencuentro entre el periodismo y economía*"". Revista Empresa y Humanismo. Editorial: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra. ISSN: 1139-7608. Vol. II, N° 2/00, pp. 309-335.
- Arrese, A. (2006). *Periodismo económico: Entre la simplificación y el rigor*. Cuadernos de información, ISSN 0717-8697, N°. 19, 2006 DO I: 10.7764/cdi.19.122
- Astudillo, M & Paniagua, J. (2012). *FUNDAMENTOS DE ECONOMIA*. México, D.F. ISBN 978-607-02-2974-9
- Calvo, E. Garcia, M & Nuñez, P. (2012). *El periodismo económico y su desarrollo y expansión en la web 2.0. Economic development and journalism expansion in the web 2.0*. Vol. 19, Núm. 1 (2013) 35-51. ISSN: 1134-1629
- CAF, FNPI & Espinosa, A. (2006). “*Periodismo económico y periodismo social: dos caras de la misma especialidad*” [Discurso principal]. Conferencia de Fundación Gabo.
- Calvo, E. (2011). *Periodismo económico: estándares informativos de calidad y perfil del periodista especializado*. [Discurso principal]. La ética de la comunicación a comienzo del siglo XXI: I Congreso Internacional de Ética de la Comunicación, libro de actas. Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, 29, 30 y 31 de marzo de 2011. Juan Carlos Suárez Villegas (ed.) (pp.597-609). Sevilla: Universidad de Sevilla.

Constitución de Colombia de 1991. Por la cual se regula y gobierna en el país de Colombia.

20 de julio de 1991. La Gaceta Constitucional No. 116.

Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana, CECC/SICA, (2009). *Lenguaje y*

comunicación. 1ª. ed. - San José, C.R: 138 p: il; 28 x 21 cm. - (Colección

Pedagógica Formación Inicial de Docentes Centroamericanos de Educación Básica;

n. 25) ISBN 978-9968-818-72-8

Fernández, A. (2009). *Análisis de las características del periodismo económico en el*

tratamiento informativo del suplemento de economía y negocios emprendedores.

Perú. Repositorio institucional. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/13617>

Fernández, L. (2017). *Análisis de las características del periodismo económico en el*

tratamiento informativo del suplemento de economía y negocios Emprendedores

(2009). Repositorio institucional <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/13617>

González, J. (2019). *MEDIOS DE COMUNICACIÓN ¿AL SERVICIO DE QUIÉN?* 1a Ed -

Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO; Barcelona: Icaria Editorial; San

Cristóbal de las Casas-Chiapas: Cooperativa Editorial Retos; Bilbao - Bizkaia:

Mugarik Gabe, 2020. Libro digital, PDF - (Grupos de trabajo / Karina Batthyány)

ISBN 978-987-722-597-6

Ley 599 del 2000 Código penal de Colombia. Compendio ordenado de leyes con la cual se

regula al país de Colombia aplicable en materia penal. 24 de julio de 2000. Diario

Oficial No. 44.097

Puche, M. (2015). *¿Dialectalismo y/o tecnicismo? Una mirada al léxico especializado de la*

minería del siglo XIX. España. Etudes romanes de Brno, ISSN 1803-7399, N°. 1,
2015, págs. 103-118

Anexos

Universidad De Cartagena
Facultad de ciencias sociales y educación
Programa de Comunicación Social



Universidad
de Cartagena
Fundada en 1827

Evaluadores:

Contreras Astrid

Cuadro Lisbeth

Vasquez Miledys

Villa Maria A.

Esta encuesta es netamente de carácter académico, aplicada con la finalidad de conocer la percepción de la comunidad (Manga, El Recreo, Los Alpes, Olaya, San Fernando, Escallón Villa y 13 de junio) sobre los contenidos económicos emitidos en los medios de comunicación de la ciudad de Cartagena.

1. ¿usted le interesa ver noticias económicas? Si/No ¿por qué?
2. ¿Cuándo ve algún reporte de noticias económicas lo entiende? Si/No ¿por qué?
3. ¿Cree usted que ver, leer o escuchar noticias económicas es importante para su propia economía es importante? Si/no ¿por qué?

