



UNIVERSIDAD DE HOLGUÍN

Facultad de Ciencias Sociales

**TRABAJO DE DIPLOMA EN OPCIÓN AL
TÍTULO DE
Licenciatura en Periodismo**

**Caracterización de la práctica de Periodismo
Económico en el semanario *¡ahora!* durante el
período 2007- 2011.**

Autora: Yanisleydis Díaz Peña

Tutor: Ing. Froilán Parra Suárez MSc.

HOLGUÍN

2012

Dedicatoria

A Nuestra Señora de la Caridad del Cobre.

A mi madre, luz y guía en todos mis años de estudio, por su sacrificio y entrega he
llegado hasta aquí.

A mi padre, a quien admiro por su inteligencia y quien me inculcó el gusto por la lectura
y el periodismo.

A mi hermana, la mejor del mundo y la única que tengo, a quien he acompañado en
sus metas y aspiraciones.

A Orliankis, novio, compañero y amigo en todo momento, quien llegó a mi vida cuando
más falta me hacía, para ti también es esta Tesis.

A mis abuelas, que me consintieron desde siempre.

A Cliff, por su ayuda, sin su apoyo no hubiera podido terminar mi tesis.

A Talía, Camila, Rosita y Chiqui, seres importantes en mi vida, algunas ya no están;
pero las llevaré siempre conmigo.

Al Estado cubano, que me permitió realizar mi sueño de ser periodista.

Agradecimientos

Aún recuerdo aquel 16 de diciembre cuando realicé las pruebas aptitud de Periodismo. Iba orgullosa con mi uniforme de preuniversitario y miles de sueños bajo el brazo. Muchos amigos quedaron en el camino ese día, pero cuando terminé a las diez de la noche estaba desanimada, dejé mi suerte a la gracia divina y emprendí viaje hacia mi tierra. Un mes después no podía creerlo, comprendí que todo pasa por algo y que el destino juega las cartas a su antojo. Al comenzar la carrera el tiempo me parecía interminable, y hoy, cuando miro hacia atrás parece que los años han pasado volando. ¿Qué me llevo? La satisfacción de un sueño logrado que aún no termina, sueños que aun guardo en una mochila, la primera mañana de primer año cuando desperté a mis compañeras a las 4 de la madrugada porque llegábamos tarde al aula, los desayunos camino al aula 42, las salidas , las risas, las ocurrencias, los momentos de cólera, el espacio compartido y el exclusivo Club de Le Poison, unos compañeros de aula maravillosos que con virtudes y defectos han hecho de estos 5 años, los mejores tiempos de mi vida. A Uds. mil gracias, realmente no podía dejar pasar esta ocasión.

A estas personas están dedicados los agradecimientos de mi tesis:

A mi familia, por todo el esfuerzo y el sacrificio.

A la Revolución, que me ofreció la oportunidad de estudiar y realizar mis sueños.

A mis compañeros y profesores de la Universidad Oscar Lucero Moya

Al cuarteto del 19b (Lili, Daimí R y Natacha), por el tiempo compartido

A mis banenses Yisel y Heydi, quienes me enseñaron a viajar muy tarde y con quienes compartí lluvias, “botellas”, lágrimas y cargaron conmigo desde José Tey hasta la Universidad

A Arlene y Baby, por su amistad y sus consejos y por Rafa, por supuesto.

A mis compañeras de albergue, compañeras del alma

A mis bayamesas, por ser tan especiales

A Eilén porque en 5 años fue mi amiga y mi p4

A Rubi, el mejor amigo y compañero que uno puede tener.

A mi tutor, por su guía y su desenfado ante mi impaciencia, sin Ud. esta tesis hubiera sido imposible.

A Hanoi por su ayuda incondicional en cada momento.

Al profe Orlando, cómplice y amigo, quien me adentró en el mundo de la prensa, jamás olvido que $5-2=3$, eso me ayudó a superarme, a Ud. lo llevaré siempre en mi corazón.

Al profe Rodo por su ayuda y disposición a cada momento, fuente viva del periodismo holguinero, bien vale la pena lo aprendido, y sí, dirigir, es un arte.

A mi madre adoptiva Yamila, quien me enseñó que el arte se lleva en las venas y que la cultura solo se adquiere con estudio

A Adrián Arévalo, por ser un amigo incondicional.

Al Colectivo de Periodistas de Radio Angulo, donde planté bandera e hice de aquella mi casa.

Al Colectivo de Periodistas del *jahora!* y a su director por cederme el espacio de mi tesis.

Al profe Cleanel, por animarme a adentrarme en una materia tan compleja, pero de la que me fui apasionando poco a poco.

A Jorge porque supo ayudarme en su momento.

Gracias a Carlos M. Balán por su colaboración, por dedicarle tiempo valioso a mi tesis.

A todos los que me han acompañado en estos 5 años mi más sincero agradecimiento.

Resumen

En los momentos actuales cuando el periodismo se acomoda en ámbitos mucho más exigentes, urge profundizar en temas de interés social. Escribir sobre economía se define hoy como una actividad compleja que debe realizarse con total precisión para lograr mayor acercamiento a una materia poco tratada y polémica.

El presente trabajo de diploma aborda la práctica periodística sobre temática económica en el semanario *jahora!*, de la provincia de Holguín, durante el período 2007-2011. El estudio se asume desde una perspectiva fundamentalmente cualitativa, lo que permitió ahondar no solo en los productos comunicativos, sino analizar los obstáculos y principales deficiencias que han limitado a los textos periodísticos dedicados a este tópico. Para conseguirlo se aplicaron técnicas de investigación como análisis de contenido, entrevistas a informantes claves y revisión bibliográfica-documental.

La economía es hoy en Cuba el escenario principal del trabajo político- ideológico, el eslabón más importante del discurso periodístico y aspecto priorizado en la política informativa de los medios. Exige de los profesionales del sector constante superación, para fomentar una cultura en cuanto al tema, desempeñar un papel estratégico y de avanzada para mirar a fondo los cambios estructurales que ha traído consigo la actualización del modelo económico cubano.

Abstrac

In the current moments, in which journalisms places irself in more demanding environments, it is urgent to deepen in subjects of social interest. Writing about economy is defined today as a very complex activity that has to be carried out with total accuracy to achieve a better approach on a subject matter that is not dealt with too much, and that is also polemic.

This diploma research deals with the journalism practice on the economic subject in the weekly *jahora!*, in the province of Holguin, during the period 2007-2011. The study is assumed from a fundamentally qualitative perspective, which not only enabled to deepen in the communicative products, but also the analysis of the contents, the interviews to key sources and the bibliographical review.

Economy in Cuba today is the main scenario of the ideological and political work, the most important link of the journalist's discourse and a prioritized aspect in the informative policy of the media. It demands a constant training from the professionals, in order to foster a culture, regarding the subject, to play a strategic role and to look deeply into the structural subjects that has been carried out by the update of the Cuban economic model

ÍNDICE

	Página
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I: ECONOMÍA Y PERIODISMO: ENFOQUE TEÓRICO.	7
1.1 Periodismo Especializado: Tendencia en el Mundo de Hoy.....	7
1.2 Periodismo Económico: Escribir Teoría con Claridad y Proyección.	14
1.2.1 Los Géneros Periodísticos.	24
CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE CONTENIDO.....	30
2.1 Antecedentes Históricos del Semanario <i>jahora!</i>	30
2.2 Periodismo Económico en el Semanario <i>jahora!</i>	34
Conclusiones.....	48
Recomendaciones.	50
Bibliografía.	51
Anexos.	

INTRODUCCIÓN

El periodismo no debe ser una simple cuestión de oficio o desafío estético. Fusionar letras y números constituye un reto en estos tiempos, más aún si hablamos de periodismo especializado. Los investigadores en comunicación afirman que en la actualidad urge profundizar en las diversas áreas temáticas, con lenguaje ágil e innovador, para ir más allá de la labor cotidiana de informar. Acompañado de los avances tecnológicos y las demandas sociales, el periodismo se acomoda en ámbitos mucho más exigentes y profundos, porque gustos y necesidades de la sociedad requieren de aquello que les satisfaga verdaderamente.

El tema del periodismo especializado ha tomado apreciable fuerza en las últimas décadas. Para los investigadores de esta vertiente la acelerada revolución tecnológica que se ha venido desarrollando ha contribuido a que el fenómeno de la especialización periodística, lejos de detenerse, haya tomado nuevo impulso.

Desde hace años, la especialización periodística en temática económica es asumida como necesidad en gran parte de las redacciones de todo el mundo. No obstante su desarrollo, la ausencia de textos que validen una teoría aceptada al unísono por los estudiosos del tema, ha condicionado algunas ausencias que, lejos de propiciar su avance, lo restringen.

En Cuba, ha encontrado, además, diversas limitaciones objetivas y subjetivas, razón por la cual su presencia no es demasiado frecuente en los medios de comunicación. En particular, la situación de nación bloqueada y asediada repercute en la práctica económica y sobre la psicología social de los habitantes de la Isla.

La información económica no fluye suficientemente. Los medios de prensa quedan muchas veces impedidos de reflejarla en su real complejidad; se da la paradoja de que en buena parte de los productores de mensajes, existe déficit cognitivo acerca de la economía, y la cultura profesional no se haya enriquecida con el empleo de variadas técnicas para la búsqueda de la información, ni con el dominio de los géneros interpretativos, de opinión e investigativo, que posibilitarían una estrategia de comunicabilidad más efectiva para el contenido económico. La población cubana posee niveles educacionales altos, pero no cuenta con una formación económica

que le permita vincular el estado de la economía internacional y nacional con sus intereses particulares y sociales.

Un acercamiento investigativo a la especialidad del periodismo económico resulta de gran dificultad debido a que la bibliografía foránea sobre el tema es de muy difícil acceso, y en adición los textos de los cuales se tienen referencias están ubicados en las particularidades contextuales de la prensa española y norteamericana, como, por ejemplo, los libros de Díezhandino y Coca (1997) y Kelleghan (1998) o los artículos de Ángel Arrese (2004 y 2010). Estas bibliografías se hallan distanciadas de la práctica periodística concebida en Cuba, donde tanto la propiedad de los Medios de Comunicación Masiva como su misión tienen un carácter social, y el sostén económico no depende de un resultado comercial.

En la Isla, autores como Luis Sexto (2007), Caridad Carro Bello (2009), Juan Marrero (2003) y Julio García Luis (2001) han recopilado la historia de nuestro periodismo, con énfasis en sus principios revolucionarios y éticos, dirigidos al aprendizaje de los géneros, la técnica y el estilo de la profesión. Sin embargo, no se cuenta aún con textos propios que expliquen de manera teórica los fenómenos dentro de la especialidad que nos ocupa, ya que son muy pocos los investigadores que se han sentido atraídos por el tema, aunque desde una perspectiva más cercana se encuentren la Tesis de Diploma de Mailena Gómez, estudiante de la Universidad de Oriente (2010) sobre las competencias profesionales para el tratamiento de los temas económicos en el periódico *jahora!*.

Los antecedentes más inmediatos del tratamiento de esta temática se encuentran precisamente en Bohemia, en la Sección En Cuba, creada por Enrique de la Osa, el 4 de julio de 1943 y que tuvo su tercer y último tiempo entre 1952 y 1954. Con el triunfo de la Revolución se mantuvieron los trabajos de este contenido, unas veces desarrollados por periodistas y otros por expertos en el tema como el recientemente desaparecido Alberto Pozo, periodista jubilado y quien fue jefe de la Sección Económica entre 1968 y 1990; en los conocimientos y estilo de trabajo de Pozo se forjaron Ariel Terrero y Caridad Carro Bello, quienes se dieron a la tarea de retomar, con otras características, la Sección En Cuba, alrededor de los '90, con un equipo

periodistas tan versátiles como José Alejandro Rodríguez, el profesor Luis Sexto, Katia Monteagudo y Heriberto Rosabal.

“Tendremos que introducir los cambios estructurales y de conceptos que resulten necesarios”, expresó el presidente de los consejos de Estado y de Ministros, general de ejército Raúl Castro Ruz (2007), hace cinco años. Desde entonces se ha venido trabajando con ese fin, no solo para producir más alimentos e importar menos, en primer lugar, sino para mejorar toda la economía incrementando la eficiencia y la productividad, y disminuyendo gastos superfluos o socialmente útiles, pero no acordes con las posibilidades reales del país, con sus ingresos.

En abril del 2011 se desarrolló el VI Congreso del Partido Comunista de Cuba (PCC), tras un amplio y profundo debate fue aprobado el proyecto de Lineamientos del Partido y la Revolución, para actualizar el modelo de desarrollo económico y social, lo que requirió a partir de ese momento un papel transformador por parte de la prensa. La información, el análisis público de la marcha de los mismos y sus objetivos, han sido responsabilidad y tarea en gran medida de los medios que han tenido un papel importante en el cambio de mentalidad reclamado para alcanzar todo lo propuesto.

De todo esto hay una percepción clara entre la gran mayoría de los cubanos, que desde la discusión pública del discurso pronunciado por Raúl en Camagüey, y en procesos posteriores como la discusión de los Lineamientos, le han señalado carencias y fijado metas a esa prensa *“al servicio exclusivo del pueblo trabajador y del interés de la sociedad”*, de acuerdo con la Constitución de la República.

Al esclarecimiento y la difusión objetiva, constante y crítica de la marcha de la actualización del modelo económico, convocaba Raúl en el Congreso a los medios de prensa; a dejar atrás definitivamente el triunfalismo, la estridencia y el formalismo, en el tratamiento de la realidad nacional; a captar mejor la atención y estimular el debate en la opinión pública.

En la prensa, pues, también es necesario *“cambiar todo lo que debe ser cambiado”*, sin perder de vista su capacidad de potenciar o estimular cambios en la sociedad mediante la transmisión oportuna y eficaz de información y valoraciones críticas,

para lo cual, como también se ha reconocido, se requieren acciones más allá de los medios, en el plano institucional.

La necesidad de elevar la cultura integral de los cubanos incluye, necesariamente, la formación de una cultura económica. Aunque para desarrollar la cultura económica, de manera que en la población se formen actitudes conscientes ante la producción, distribución y consumo, y se amplíe la participación popular en la construcción del socialismo, no basta con un alto nivel de instrucción.

La cultura económica: entendida, como el conjunto de conocimientos y experiencias relacionados con los procesos de producción, distribución, comercialización y consumo de bienes y servicios, en un contexto histórico determinado. La cultura económica se alcanza mediante la educación económica: sistema de influencias que ejerce toda la sociedad con el objetivo de generalizar los conocimientos económicos (Cabrera, 2006 citado por Carro, 2009: 2)

La labor educativa exige proporcionar información creíble, donde se establezca una relación directa entre lo que se aprende o conoce con lo que se siente y se aspira; es preparar a cada uno de los ciudadanos en el saber hacer y en el saber ser.

De lo anteriormente expuesto se desprende la siguiente contradicción científica: por una parte la necesidad de tratar los temas económicos con mayor profundidad, con el fin de fomentar la cultura económica en la población, y por otra parte, su insuficiente abordaje en los medios de comunicación.

Por tanto, el **problema científico** se fundamenta en: ¿Cómo se han manifestado las características del Periodismo Económico en el semanario *¡ahora!* durante el período 2007- 2011?

A partir del mismo se establece como **objeto de investigación**: Periodismo Económico y el **Campo de investigación**: la práctica de Periodismo Económico en el semanario *¡ahora!* durante el período 2007- 2011.

El **objetivo de la investigación** consistió en la caracterización del Periodismo Económico en el semanario *¡ahora!* durante el período 2007- 2011.

Para llevar a cabo la solución del problema de investigación se enunciaron las siguientes preguntas y tareas científicas:

Preguntas Científicas:

1-¿Qué fundamentos teórico-metodológicos sustentan el Periodismo Especializado en temática económica?

2-¿Cuáles son los antecedentes históricos del semanario *jahora!*?

3-¿Qué características han marcado la práctica del Periodismo Económico en el semanario *jahora!* durante el período 2007- 2011?

Tareas de Investigación:

- 1- Determinar los fundamentos teórico-metodológicos que sustentan el Periodismo especializado en temática económica.
- 2- Reseñar los antecedentes históricos del semanario *jahora!*
- 3- Caracterizar el Periodismo económico en el semanario *jahora!* durante el periodo 2007-2011.

La presente investigación se concibe desde una perspectiva fundamentalmente cualitativa y se emplearon los siguientes métodos de investigación:

Teóricos

- Análisis-síntesis: A través de este método, el presente estudio pretende descomponer el periodismo especializado como nueva tendencia del periodismo contemporáneo y analizar con mayor profundidad sus antecedentes. Determinar sus características, rasgos y cómo se manifiesta en la práctica periodística dedicada al sector económico.
- Histórico-lógico: Para caracterizar el surgimiento y la evolución del objeto de estudio.

Empíricos

- Análisis de contenido: dirigido a la realización de un balance genérico – temático de los trabajos periodísticos especializados en economía publicados en el Semanario correspondientes al periodo 2007-2011.

- Entrevista a informantes claves: dirigidas a conocer el criterio que mantienen los periodistas y directivos acerca de la práctica periodística especializada en temática económica.

-Revisión bibliográfica documental: Permitió obtener información a través de publicaciones, documentos y libros que abordan el objeto de estudio, acercarse a los principales presupuestos teóricos y científicos que sustentan la presente investigación.

El aporte científico de este estudio radica en una caracterización de la práctica periodística especializada en temática económica en el semanario ***¡ahora!*** durante el período 2007- 2011.

CAPITULO I: ECONOMÍA Y PERIODISMO: ENFOQUE TEÓRICO

La «especialización no divide ni resta, sino que suma y multiplica el saber del profesional»

Pedro Ortiz

1.1 Periodismo Especializado: Tendencia en el Mundo de Hoy

La saturación de productos noticiosos constituye uno de los rasgos fundamentales de la compleja realidad actual denominada Sociedad de la Información. La comunicación circula de forma instantánea, sin barreras geográficas, con contenidos de toda índole y múltiples fuentes de procedencia. La especialización periodística es una de las tendencias del periodismo contemporáneo que se erige como un elemento insoslayable dentro de las redacciones periodísticas: Esta práctica profesional no es nueva en lo absoluto, sino surgió como una lógica necesidad ante la expansión de las empresas informativas y la multiplicación de los receptores potenciales, cuando el periodismo se afianzaba como una poderosa institución social. Algunos la consideran un fraccionamiento innecesario y se concibe como un valor añadido al saber profesional periodístico.

La aparición de la radio y la televisión en el mundo de la información obligó a los periódicos a especializarse para poder competir. Mientras las primeras aspiraban a la inmediatez, la prensa buscaba el análisis y la interpretación. Su camino debía pasar necesariamente por la reflexión. Primero fue en política y economía, pero pronto aparecieron otras ramas. Los principales diarios comenzaron a contratar a redactores especializados, en un principio para que elaboraran ese tipo de informaciones y, posteriormente, para realizar auténticos suplementos especializados. Nació así el periodismo especializado, práctica actual, necesaria de estos tiempos.

“Un intento nuevo y necesario en nuestra sociedad, urgente, para luchar contra la especialización del conocimiento; capaz de llevar al interés periodístico junto al interés real, de responder a los cambios cualitativos de las audiencias, a las nuevas demandas y a la crisis de contenidos actuales; un instrumento que permitirá evitar la

muerte entrópica de la información cuando las tecnologías reduzcan al mínimo los gradientes en la información general”, afirma el catedrático español Javier Fernández del Moral(1993).

En 1923 apareció en la revista Time, un magacín con contenidos políticos y económicos que apostó en todo momento por el periodismo explicativo, considerado origen del Periodismo Especializado. Sin embargo, esta especialización, tal como se entiende hoy, surge a mediados del siglo XX en Estados Unidos en áreas como salud, medioambiente y economía doméstica.

La causa principal por las que surge fueron los nuevos intereses de los receptores, por lo que es considerada una tendencia del periodismo contemporáneo y nuevo paradigma comunicativo de la actual sociedad interactiva, marcada por la impronta creciente de los nuevos medios de comunicación.

José María Sanmartí (2004: 337) clasifica el periodismo especializado como fase superior del periodismo interpretativo, opina que de este último derivan el periodismo especializado, el de investigación, el de precisión, el de servicio y el local. Las nuevas necesidades de los receptores propició la causa principal de su origen.

Si en un principio las audiencias se conformaban con saber los principales hechos informativos, la revolución tecnológica de los medios de comunicación determinó la existencia de demandas informativas mucho más ambiciosas en la sociedad, lo que provocó la parcelación de sus intereses ante determinados temas hasta el grado de profundización en su tratamiento y explicación

Las audiencias, ahora “selectivas y sectorizadas”, requieren explicaciones sobre la naturaleza de los hechos, asuntos y temas; no les interesa únicamente qué ocurrió y qué puede ocurrir en el futuro, también cuáles son los antecedentes y qué opinan los expertos. Parte de la idea de que la sociedad actual se encuentra fragmentada en intereses especializados y la preocupación de los medios por alcanzar una mayor calidad y profundización en los contenidos. En respuesta a esa fragmentación incipiente los más modernos medios de comunicación han iniciado un rápido proceso de adaptación a esos nuevos intereses, mientras se asiste al nacimiento y vertiginoso

desarrollo de nuevos medios dirigidos específicamente a satisfacer esas demandas de información

Para satisfacer las exigencias propias de un receptor obligado a seleccionar sólo lo que le es útil de una información, se necesita un profesional *“capaz de traducir a un lenguaje divulgativo y fácilmente comprensible para todos la cada vez mayor complejidad política, económica, cultural, demográfica, social y humana que caracteriza a las sociedades modernas”*. (Rodríguez Betancourt,2005)

Al margen de los géneros, en la prensa también podemos distinguir los contenidos en función de su grado de especialización. La complejidad de la actualidad y, en general, de nuestras sociedades ha provocado que la prensa y los periodistas evolucionen hacia unos mayores niveles de especialización.

Varios autores han tratado de conceptualizar este tipo de periodismo, Fernández del Moral, Francisco Esteve, Miriam Rodríguez, Martínez Albertos, Concha Edo, Fernández Obregón, entre otros. *La prensa especializada está constituida por aquellas publicaciones con o sin periodicidad fija, que van dirigidas a profesionales concretos, especialistas en una determinada actividad científica, técnica o industrial; el periodismo especializado se dirige (...) a un público teóricamente tan amplio como puede ser la audiencia concreta de cada periódico*. (Edo, 2005)

Con una visión aún más acabada, Fernández Del Moral y Francisco Esteve lo catalogan como la estructura informativa que analiza la realidad de un área determinada de la actualidad a través de las distintas especialidades del saber, profundiza en sus motivaciones, la coloca en un contexto amplio que ofrezca una visión global al destinatario y elabora un mensaje periodístico que acomode el código al nivel propio de la audiencia atendiendo a sus intereses y necesidades. (Esteve y Fernández del Moral, 1993 : 51)

Existen publicaciones con una temática genérica y diversa y otras publicaciones que optan por especializarse en una materia de la cual se proponen informar en profundidad a sus lectores. Esa decisión repercute directamente en el trabajo periodístico.

En las redacciones de todo el mundo conviven hoy los periodistas llamados generalistas, dispuestos a cubrir e informar, con preferencia al concepto de noticiabilidad, y aquellos otros especializados en una temática concreta que trascienden la inmediatez y la información básica para profundizar en un saber

específico con el rigor del análisis. Para el funcionamiento de la prensa, ambos profesionales son imprescindibles.

El presente estudio considera acertado el criterio de la profesora cubana Miriam Rodríguez Betancourt (2006), quien plantea que para una correcta distinción entre periodistas “especializados” y “generalistas” hay que analizar el tema, el contenido y los enunciados de carácter informativo, mas aclara: “ (...) *es necesario distinguir en los modos de hacer si se aplica minuciosamente la metodología periodística de investigación (...); la actitud evaluativa y de opinión, las fuentes utilizadas, la contextualización, entre otros aspectos definitorios. El objetivo de este tipo de periodismo no es llegar primero, sino llegar con la mejor información, la más completa y profunda, por ello, como es obvio, no puede depender de los estándares usuales espacio-temporales del periodismo generalista.*

La época de los «generalistas» parece destinada entonces a transformarse, para ir abriendo paso a un nuevo momento, en el que tendrán que dominar obligatoriamente aquellos que se han formado con una visión hacia la especialización.

Francisco Esteve y Javier Fernández del Moral en su obra *Fundamentos de la información periodística especializada* (1993) asumen que la especialización periodística presenta el término medio entre el elitismo y la vulgarización del conocimiento. Este es un concepto que trata de definir el periodismo especializado como respuesta a las necesidades de los lectores y, para ello, también los periodistas deben realizar determinados esfuerzos de adaptación a las situaciones, siempre cambiantes.

El periodista especializado combina experiencia profesional y amplio conocimiento en una determinada área de especialización, con la aplicación de los conocimientos periodísticos generales que le permiten informar al público con eficacia. Esta segunda capacidad le diferencia de los profesionales especialistas, que no son periodistas pero colaboran con los medios de comunicación como articulistas o asesores por lo que no dominan el lenguaje periodístico ni otros muchos conocimientos específicos que maneja el periodista para informar con claridad, incluso sobre aquellas noticias más complejas.

Esta es una distinción evidente que es posible establecer en el campo de la prensa, pero incluso en un periódico de información general se establecen secciones con una intención de clasificar y especializar sus noticias. Los periodistas, sin olvidarse de

tener una visión amplia de la actualidad, necesitan cada vez con mayor intensidad un conocimiento profundo de aquella parcela concreta sobre la que informan a sus lectores.

Es tal la cantidad de información que se encuentra a disposición de la audiencia, que si alguien se interesa por una especialidad científica, necesitaría varios días para leer los documentos que se generan sobre esa materia en un solo día. Por tanto, hay más información de la que se puede consumir, lo que provoca la necesidad de seleccionar, convirtiendo más que nunca en crucial la tarea de gatekeeper del periodista. Así, la especialización periodística ha experimentado un espectacular auge, intentando ser la respuesta a la complejidad de los contenidos que conforman la actualidad, y a la demanda selectiva de los usuarios de la información.

La dinámica experimentada por el Periodismo Especializado durante el último tercio del siglo XX e inicios del XXI revela que se está ante una disciplina académica imbricada con la vertiente profesional, ya que en su objeto de estudio se incluye una parte de los mensajes periodísticos publicados por los medios. Se investiga su estatus epistémico y teórico normativo y su lugar en la comunicación social, en la que se inscriben los actos comunicativos del Periodismo.

Se ocupa de proponer modelos comunicativos que hagan de las especialidades del saber o actividades profesionales materia periodística, susceptible de codificación en mensajes universales, además de establecerse como vía de comunicación interdisciplinaria, por lo que el investigador español Ortega y Gasset plantea que la especialización ha aguzado la ciencia experimental, y en consecuencia las investigaciones. Los resultados se expresan en la aparición de numerosas disciplinas, lo que no hubiera sido posible sin “la parcelación” en el estudio.

La Información Periodística Especializada aparece como la gran oportunidad de los medios de comunicación de responder al reto del conocimiento en una sociedad que pierde referencias amplias, por no establecer análisis suficientemente profundos y rigurosos que conecten la realidad más profunda de los investigadores con la sociedad en su conjunto. Una nueva sociología del conocimiento, en la que ya no hay trucos ni manipulaciones, donde la permanente referencia extrema es juzgada por la propia sociedad. La respuesta al qué y al para qué de la información periodística, excesivamente preocupada por el cómo en la actualidad.

Especializarse significa renunciar a lo general para dedicarse a lo particular. Al igual que la cultura de masas ha supuesto enfrentamiento dialéctico entre apocalípticos e integrados, la especialización, en su aspecto más amplio, es objeto, igualmente, de posiciones distintas y, en algunos casos, antagónicas. Mientras un sector considera positiva esta parcelación de los conocimientos, como instrumento necesario para una mayor profundización en los mismos, otros ven la especialización como una limitación del saber humano. (Esteve y Fernandez del Moral, 1993 : 51)

El periodismo supone, sin duda, la fecundación más importante con la que un periodista especializado pueda concebir los productos que necesita la audiencia de los medios de comunicación. Ni estructura, ni hábitos ni métodos tradicionales en los medios han favorecido un auténtico periodismo especializado y, con su ausencia, las grandes cuestiones en las que parece debatirse el periodismo desde hace varias décadas quedan sin respuesta.

La especialización periodística es una necesidad profesional, en tanto posibilita mayor comprensibilidad del mensaje, brinda al medio una mayor densidad y una política informativa coherente, y permite una mejor utilización de los géneros periodísticos. A la vez que facilita la evolución de los contenidos y de las audiencias. Un empleo del lenguaje que cumpla con la regla de oro del periodismo: claridad, sencillez y concisión. Esto quiere decir que lectores no se encuentran totalmente familiarizados con algunos temas y es precisamente el periodismo especializado el que ayuda a comprenderlo.

Según el investigador Francisco Esteve (1999), los requisitos que un determinado texto periodístico debe tener para ser considerado como un área de especialización informativa:

a) Coherencia temática: un área de contenido periodístico especializado trata determinadas parcelas de la realidad y construye, en consecuencia, un temario coherente.

b) Tratamiento específico de la información que implica: construcción de textos coherentes; fuentes de información específicas (lo cual no impide que sean plurales); coherencia con el segmento de audiencia al que va dirigida (sea cual sea el nivel de especialización), lo cual implica la adopción de códigos comunes; periodistas especialistas en el campo específico de que se trate el área, capaces de sistematizar la información y contextualizarla en un determinado ámbito del discurso periodístico.

Las particularidades de los textos periodísticos especializados son su coherencia interna, la correspondencia de sus afirmaciones con la realidad, la pertinencia de los conceptos y las categorías y modelos de análisis aplicados.

Otra de las características del periodismo especializado es su tratamiento de una actualidad latente, no inmediata, la utilización y contrastación de fuentes y la manejo de técnicas y procedimientos propios del periodismo de investigación. No se preocupa tanto por brindar la información elemental de un acontecimiento, sino por buscar su análisis, su evaluación y quizás el vaticinio de sus posibles consecuencias.

El espacio dedicado a este tipo de trabajos en prensa plana se diferencian del resto, debido al estilo y el lenguaje, la perspectiva de comunicación del discurso, su presentación y ubicación. Los elementos gráficos que lo acompañen, ya sean fotografías, infografías, caricaturas, etc., deben caracterizarse por un marcado contenido estético, ofrecer titulares originales y creativos que enriquezcan el discurso escrito, lo que propiciará una mejor comprensión por parte del lector

El periodista especializado combina una experiencia profesional y un amplio conocimiento en una determinada área de especialización con la aplicación de los conocimientos periodísticos generales que le permiten informar al público con eficacia. La especialización temática de los futuros profesionales del periodismo es ya una necesidad perentoria y un hecho irreversible, es una exigencia social porque cada vez son más los temas abordados y hay que explicarlos. Los lectores quieren saber más cosas y con más detalle. Y el periodista debe conocerlas.

Así, la especialización periodística reina en el mundo de la noticia, de tal forma que hoy no existe un periódico generalista que se respete sin incluir entre sus páginas secciones como deportes, economía, cultura y espectáculos, por solo citar algunos ejemplos. (Peña Herrera, 2010)

Al periodismo especializado atañe, entonces, el compromiso de reflejar, en productos comunicativos más profundos, los pormenores de cada ámbito del saber. Solo así el individuo logrará configurar su propio mundo, ese que se oculta tras las marismas de la heterogeneidad.

En los momentos actuales, donde la aparición de las nuevas tecnologías ha conllevado un cambio en los sujetos receptores, los medios tradicionales tienen que apelar a la especialización como una respuesta a la necesidad de una información más rigurosa, como un muro de contención frente al creciente fenómeno de

“rutinización” que conlleva la publicación excesiva de noticias enviadas por las propias fuentes a través de los gabinetes de comunicación de las empresas o instituciones, sin que quede prácticamente lugar para el análisis.

La especialización periodística es una necesidad profesional, en tanto, posibilita una mayor comprensibilidad del mensaje, brinda al medio una mayor densidad y una política informativa coherente, y permite una mejor utilización de los géneros periodísticos. A la vez que facilita la evolución de los contenidos y de las audiencias. Un empleo del lenguaje que cumpla con la regla de oro del periodismo: claridad, sencillez y concisión.

1.2 Periodismo Económico: Escribir Teoría con Claridad y Proyección

Los primeros esbozos de información económica se remontan a las necesidades de la burguesía mercantil europea. Los Price-Currents son los primeros informes de precios que nacen en los puertos europeos, principalmente del Reino Unido y Países Bajos, entre los siglos XVI y XVII. En este último aparecen en la prensa, las primeras informaciones específicas sobre economía. En esa época, las noticias eran redactadas a menudo por los propios interesados -en la mayoría de los casos, comerciantes o banqueros-, en forma de panfletos u hojas informativas. Más adelante en el Siglo XIX se produce el desarrollo definitivo de la prensa económica, ya que no alcanzaban sólo las informaciones acerca los precios de las mercancías.

Coca y Díezhandino (1996) citan un hecho que, en la crisis de los '70 del siglo XIX, se comenzó a utilizar a la prensa como un instrumento para promover la inversión, y así empezaba a perfilarse como una posible influencia en la toma de decisiones económicas y, en consecuencia, factor de atención de las decisiones políticas.

Resulta importante analizar la coyuntura política de aquel entonces: con una segunda Revolución Industrial, Inglaterra se lanzaba a la conquista de la India, financiaba a los ferrocarriles y explotaba minas de oro y diamantes en América, África e India. Esa nación era, sin duda, el centro financiero mundial. Pero la prensa no siguió sólo esta especialización. Si bien al principio fue sólo financiera, terminó por abarcar todos los aspectos de la vida económica, tanto de su país, como de los destinos de sus inversiones y exportaciones.

El semanario británico *The Economist* constituyó, al decir de los historiadores, modelo paradigmático del periodismo económico hasta nuestros días y marca el final de la primera etapa de esta disciplina y el punto de partida de un proceso expansivo del periodismo de economía, negocios y finanzas. Cuarenta años después se funda *Financial Times*, publicación que adopta desde sus inicios una ideología liberal.

Dentro de los grandes hitos en la prensa económica, se encuentra la creación de la agencia Reuters en 1851. Con ella empezó a ser un hecho el poder de la prensa financiera. Así, en 1882, el accionista americano Charles Down, Jones y Bergstresser fundaron la importante agencia de noticias Down, Jones & Company, que emitía los boletines *Customers Afternoon Setter*, más tarde convertidos en *The Wall Street Journal*: publicación que responde a las características de la prensa de élite (con breves, pero específicos, comentarios sobre economía). En él, resaltaban los editoriales de primera página de Charles Down.

Sin embargo, un claro avance para la prensa económica fue la Gran Depresión del 1929, que generó todo un cambio y la obligó a que, además de ser informativa, debía ser también interpretativa, analítica de los acontecimientos y a recurrir a los servicios de documentación.

El reconocido profesor José Luis Martínez Albertos asegura que *“hasta los años posteriores a la II Guerra Mundial era inexistente en los periódicos la llamada crónica científica. Sólo existía –precisa- una cierta tradición periodística fuertemente especializada en el campo de la información económica”*. (Citado en Rodríguez Betancourt (,2005)

El periodismo económico ha suscitado desde sus inicios debate entre los estudiosos del tema, a partir de su propio concepto. Rosa del Río (2004) lo define como: *una rama del periodismo enfocada a informar sobre los hechos relacionados con la economía, incluyendo temas sobre finanzas, bursátil; además muestra cómo analizar, interpretar y redactar la información económica*.

La presente investigación coincide con el criterio de esta autora, pues esta definición concibe al periodismo que trata los temas económicos, dentro de un campo

bastante amplio como lo es el de la economía, en cambio, se considera más significativo el conjunto de técnicas y herramientas que necesita el periodista para informar con enfoques de interpretación, análisis y precisión esa realidad económica, para que sea entendible por el público lector

En el concepto de economía subyace una complicada mezcla de categorías, la actividad económica se enmarca en el accionar de las empresas, que abarca los sectores productivos, la inversión, así como la producción de bienes y servicios. Dicha producción se consolida al combinar acertadamente una cantidad de recursos limitados, como la tierra, el trabajo y el capital con el propósito de obtener un rendimiento óptimo para lo que necesita perfeccionar las relaciones de productividad y eficiencia.

Precisamente a medida que un país se desarrolla, demanda con necesidad creciente información económica. Concretamente, la participación –y el necesario consenso- entre las fuerzas económicas y las políticas. La economía como un área de especialización, requiere que el periodista que trate estos temas alcance un nivel de profundidad en el tratamiento de la temática, dialogue activamente con las fuentes, emplee datos estadísticos con acertadas valoraciones, formule preguntas reflexivas y posibles soluciones a problemáticas en este campo, para que el mensaje sea comprendido por el público.

El académico e investigador español Manuel Martín Serrano (1986) expuso en *La producción social de comunicación* su teoría de que los Medios de Comunicación Masiva (MCM) son aparatos mediadores de la sociedad, referente esencial para valorar el justo papel de estas entidades que, articulando procesos referenciales y cognitivos, intervienen activamente en la representación de la realidad. Lo que ha permitido apreciar cómo, al igual que otras instituciones que "administran la producción y la oferta de información", los medios son capaces de reproducir códigos culturales e ideológicos, actuando en la legitimación de un orden social dentro de un contexto determinado.

Las mediaciones en comunicación social se consideran procesos estructurantes, constrictivos y/o habilitantes, que resultan de la interrelación de actores y prácticas comunicativas con distintos agentes, instancias y procesos sociales donde se

enmarcan, los cuales configuran y dan sentido a la comunicación. (Martín Barbero, 1987) De ahí que los procedimientos organizativos de las redacciones, las prácticas informativas rutinarias, las características sociológicas de los emisores y la cultura profesional de los periodistas, entre otros aspectos median la producción de los mensajes. Se puede afirmar, por tanto, que en el periodismo económico se evidencia la existencia de mediaciones manifestadas desde la planificación, el establecimiento y realización de la agenda temática, en la publicación de los trabajos, así como en la recepción.

Precisamente los Medios de Comunicación Masiva, al reconocerlos como órganos de amplio impacto cultural y moral, en Cuba se les ha integrado a estrategias fundamentales para elevar la cultura económica de la población, con el fin de crear en los sujetos actitudes conscientes ante la producción, distribución y consumo de bienes, así como para hacer avanzar a la sociedad en términos de motivación, implicación y compromiso con los objetivos de desarrollo socio-económico del país. (Carro Bello, 2010)

Dentro de este sistema de ampliación de conocimientos, a la prensa cubana —entre otras funciones— le correspondería desarrollar la temática mediante un trabajo informativo y de diálogo constante con el público. Como es lógico, las condiciones especiales de la nación originan una manera muy específica de implementar la comunicación hacia los medios, originan restricciones en el funcionamiento interno de la prensa y determinadas conductas en los productores de los mensajes.

“El periodismo económico es imprescindible en la prensa cubana. Ningún periódico que se respete puede darse el lujo de prescindir en sus páginas de tal temática, que incluye todas las facetas de la vida. En cada esquina de nuestras vidas chocamos inexorablemente con un componente económico”. (Parra Suárez, 2011)

Los recursos tecnológicos que cada medio posee son considerados como un factor diferenciador de los contenidos económicos. Al ser presentados los mensajes con diversas modalidades de expresión —texto, imágenes y sonidos—, se supone que las maneras comunicativas inherentes a las particularidades mediáticas logren distintos efectos en los receptores. Adentrándonos en las redacciones, la formación de la cultura profesional de los periodistas se concibe como el aprendizaje cotidiano de

prácticas en las redacciones, donde se mezclan códigos, estereotipos, representaciones de roles en la concepción de la noticia, y se ejercita el manejo de los distintos sistemas organizativos de los medios.

Las investigaciones al respecto han delimitado el modo de enfocar la realidad de acuerdo con la redacción de las informaciones, precisamente Los trabajos sobre la construcción de la noticia (Martini, 2000) o Newsmaking, señalan la manera en que los elementos organizativo-normativos del órgano de prensa, incluida la ideología que el medio respalda, así como los aspectos individuales de los periodistas, determinan la calidad resultante de los productos comunicativos.

Las rutinas productivas de un medio radican en la búsqueda y procesamiento de información, bajo los criterios de noticiabilidad y control del medio y donde queda a prueba la eficiencia profesional para elaborar con agilidad el producto periodístico en un tiempo establecido. Consta de tres fases: recogida de datos, selección, y presentación de los trabajos (Wolf, 2002).

Acerca de la recogida y selección de noticias, en Cuba es útil detenerse en las relaciones que establece el reportero económico con las fuentes informativas. Por norma, resulta recurrente que este profesional busque datos altamente institucionalizados, para dar credibilidad a los mensajes. (Carro Bello,2010)

Igualmente en esta etapa se establecen un conjunto de criterios de importancia que definen la noticiabilidad de cada acontecimiento, es decir, su aptitud para ser transformado en noticia ,obedecen a la veracidad, actualidad, novedad, trascendencia político-ideológica, importancia económico-social, prominencia, ubicación geográfica, interés humano, humor, rareza y originalidad. Esta construcción es formulada por cada organización periodística en concordancia con el contexto social y se materializa en las rutinas cotidianas que los reporteros llevan a cabo. *“Los valores que establecen la noticiabilidad de determinado acontecimiento son también producto de las ideologías y de las culturas profesionales de los periodistas, individuos con la potestad de discriminar, entre tantos acontecimientos diarios, aquellos que merecen alguna mención o interpretación en el marco de los medios de comunicación para que el público los tome en cuenta. Esto supone que de alguna manera en esas ideologías*

se refleje la imagen que tienen los periodistas sobre el público y la que ellos consideran que el público tiene sobre el medio". (Barredo y autores, 1991: 20).

Respecto a esto Francisco Esteve (1993) plantea que otro de los "peligros" de la información económica es que, en vez de dirigirse al público general, centre su atención en sus propias fuentes y crea una información endogámica con las mismas. Se trataría de acercarse a lo que las fuentes transmiten, sin análisis ni tamiz, lo que genera un riesgo de abandono de la profesión y de los intereses del lector.

Las fuentes de este tipo de periodismo son a veces controvertidas. La información suele proceder de los propios actores, con lo que la imparcialidad es muchas veces dudosa. La económica es una especialidad que requiere en muchos casos una investigación profunda, ya que las instituciones no desean hacer públicas determinadas informaciones.

El periodista económico Marcelo Castillo (citado por Gómez, 2010) opina que un nuevo paradigma para el periodismo que trata la temática, debería plantearse entonces tres objetivos centrales:

1. Integrar la economía al conjunto de los fenómenos sociales para un mejor entendimiento de cómo funciona la sociedad.
2. Dar la posibilidad que todos los agentes económicos, independientemente de su tamaño, puedan tener opinión en la cobertura informativa.
3. Aportar al funcionamiento transparente de los mercados, mediante la entrega de una información veraz y oportuna.

Se infiere la necesidad del diálogo con las fuentes y la expertización, en aras de que el periodismo económico sea más útil e interpretativo, para que la gente crea y tenga fe en lo que se expone.

Otro peligro es que el lenguaje del periodismo económico se llene de "barbarismos" y términos excesivamente técnicos, que tome palabras y expresiones prestadas de otras áreas en su intento de llegar a más lectores. Se pretende así llegar mejor con unos asuntos habitualmente áridos a la hora de explicarlos. Por ello, se considera que el lenguaje de la información económica requiere una notable depuración.

Entre los aspectos fundamentales que no se deben olvidar a la hora de escribir sobre temas económicos se encuentran la claridad en el lenguaje, lo que implica escribir en el que utilizan las personas en su cotidianidad. Evitar el lenguaje dominante, el uso excesivo de tecnicismos, el “cifrismo”, explicar las cifras y compararlas, evadir triunfalismos y grandilocuencias; ser claro y directo en el mensaje e ir rápido a lo particular, educar a la población en términos económicos, pero sin exagerar, explicando y ofreciendo abundante información, nunca debe olvidar el público al que está dirigido.

El mensaje del periodista económico debe ubicarse, por lo tanto, en un punto intermedio, tratando de no caer ni en la vulgaridad del análisis económico, ni en el academicismo puro o en el tecnicismo, pues ambos extremos son inadecuados para el cumplimiento de sus objetivos.

Esta tendencia no ocurre sólo en el mundo de la economía, sino que también sucede con la información de tipo política, que tiene el riesgo de mirarse el ombligo y escribir sólo para los círculos políticos y periodísticos: *“Cuando los periodistas caen en la trampa de un lenguaje político muy especializado, convierten los periódicos en boletines de uno u otro grupo de poder”*. (Martínez Albertos, 1984 : 93)

El periodista especializado es básicamente un comunicador, pero también debe proyectarse acerca de lo que puede acontecer en el campo económico y financiero en un futuro inmediato. El tratamiento de información de actualidad es a este respecto sumamente importante, y el cómo adelantarse a la noticia es algo que también depende de la capacidad y de la experiencia del periodista.

La tarea del periodista económico no es sencilla. En efecto, son variados y complejos los problemas que debe superar. Una primera dificultad, se relaciona al carácter dinámico del fenómeno que analiza. Ello exige que tenga necesariamente que actualizarse permanentemente en la obtención de mejores fuentes de información. La rapidez con que se desarrollan los fenómenos económicos y la necesidad de brindar diariamente (en el caso de los periódicos) una información y análisis ágil, obliga al periodista económico a un esfuerzo permanente por una mayor especialización.

Rodobaldo Martínez (2010), periodista holguinero y quien fuera director por más de veinte años del semanario **jahora!**, plantea desde el punto de vista de la labor periodística es necesario crear esa conciencia, hacer pensar, reflexionar, criticar, analizar temas con más amplitud, incluso con una participación también de las mismas personas, de colaboradores económicos, que son también muy importantes para el conocimiento, aplicar el pensamiento de Fidel de que el periodista tiene que ser también un estadista.

El periodismo sobre temas económicos exige como ningún otro de la investigación. Requiere un conocimiento amplio de la realidad, contrastar fuentes, exponer visiones diversas, preguntar todos los datos, sus relaciones, sus interpretaciones, entrevistar, observar, estudiar e interpretar. Es necesario el conocimiento de la teoría y las categorías económicas, la paciencia y el método para enfocar sistémicamente el entorno económico y audacia y valentía para mirar a fondo el entramado económico y social, con criterio político.

El director del periódico **jahora!**, Jorge Luis Cruz (2012), señala que un periodista que se adentre en esta temática debe procurarse antes que nada la superación, conocer a fondo la fuente que está tratando, mezclarse con ella y establecer la gestión del conocimiento. El tema económico tiene diferentes aristas, un vacío en cualquiera de esas áreas sería un error imperdonable. Tiene que ser bastante integral, profundo ya que es esta una de las temáticas más complejas que se tienen en cualquier sociedad y sensible al cambio (...) *Creo que debe recoger estos aspectos: uno, integralidad, dos, profundidad, tres, apertura o sensibilidad al cambio de acuerdo al contexto que se esté investigando, estudiando o escribiendo.*

Otro recurso fundamental hoy es el dominio y empleo de las tecnologías digitales: programas de computación, navegadores de Internet, buscadores de información, procesadores de bases de datos, programas para análisis y procesamiento de estadísticas, lo que permite estar actualizados y disponer con rapidez de todos los datos necesarios para construir una buena información o artículo.

La periodista Mailena Gómez Jiménez (2010), en su Tesis de Grado sobre las competencias profesionales para el tratamiento de los temas económicos en el periódico **jahora!**, esboza las aristas que optimizarían la práctica periodística de este

tipo en el semanario y parte de que los tópicos sobre economía son de interés para el público en general, por tanto, esa situación debe transformarse en mayor interés personal del periodista por la temática, independiente de que las prácticas profesionales para tratar este campo se concilien por las rutinas productivas, ideologías profesionales y gestión editorial del medio. De allí que las prácticas profesionales que mejorarían el tratamiento periodístico del acontecer económico en *jahora!*, a partir del interés personal del reportero por el tema, están dimensionadas en tres líneas fundamentales:

- Conocimiento de la actividad económica (teoría, categorías, sectores productivos, macro y microeconomía, etc), lo que le permite al periodista la diversificación de los temas, y aún cuando se trate un mismo asunto, la afluencia de enunciados múltiples, que rebasen términos imprecisos y reiteraciones monótonas.

- Los métodos para enfocar el acontecer económico: uso de datos estadísticos debidamente fundamentados, consulta a la generalidad de fuentes activas (públicos, especialistas, directivos y sujetos económicos de las empresas), dominio y empleo de la tecnología digital para procesamiento estadístico de manera rápida y acertada.

- El nivel de expertización para traducir una actualidad económica rigurosa a un lenguaje comprensible: mayor uso del estilo de personalización, y mayor autopreparación del periodista en el tema.

Sin dudas el peor favor que podría sufrir la salud económica sería desconocer el rol activo y creador, de centinela convencido y a la vez dialéctico, incisivo y sugerente, que le ocupa al periodismo económico cubano. Con tal razón cuando se ciernen sobre Cuba tantos peligros desde afuera, se debe atajar y enfrentar los peligros internos de que se distorsionen los principios básicos de la sociedad y economía cubanas

Escribir sobre economía se define hoy como una práctica compleja que debe realizarse con total precisión, por lo que los reporteros, deben fomentar ante todo su superación, estudiar los conceptos comunicativos más actuales, elevar conocimientos acerca las ciencias económicas, aprender métodos investigativos que les propicien una mayor gama de fuentes. Nada les impide ampliar las vías de obtención de datos

y enfoques en diversos espacios sociales y económicos: acudir a las fuentes documentales que existen sobre esta materia, utilizar las opiniones de expertos, explorar los escenarios laborales y sociales, y aprender a sacar mayor provecho a los datos públicos, incluidos aquellos que se encuentran a la mano, en la propia prensa.

1.2.1 Los Géneros Periodísticos

La cultura profesional requiere de una elevada instrucción en cualquier vertiente especializada del periodismo, pues el redactor debe convertirse en un experto con capacidad para seleccionar, valorar y comunicar con rapidez el contingente de informaciones generadas en las diferentes áreas de conocimiento de la realidad social y a la par, precisa dominar técnicas y géneros periodísticos que contribuyan a que sus productos comunicativos susciten la atención de los receptores.

Josep María Casasús (1991) asegura que se equivocan todos aquellos que piensan que el lenguaje periodístico requiere frases duras, afiladas, directas, cortantes, violentas, logradas mediante un estilo irreflexivo. Todo lo contrario, el periodista debe aspirar hoy más que nunca a una prosa ágil, rica e imaginativa, que sirva de refugio, de sueño, de placer al público saturado de las imágenes de los medios audiovisuales. Sostiene que los modelos estructurales y estilísticos, desde la dimensión objetiva, llevan la denominación de géneros periodísticos (noticia o información, crónica, reportaje, artículo, editorial, crítica, etc), mientras que desde la dimensión subjetiva, se clasifican según el contenido temático.

Los periodistas dedicados a la información sobre economía llegan a la cima de los desafíos, al tener los relatos de este tipo un contenido temáticamente acotado, con fuentes, autores, canales y lenguaje propios que trabajan sobre un área delimitada de la realidad y sobre un público muy específico. En dichos mensajes han de confluir los cinco sentidos del periodista y ser claros, concisos y completos. Debe saber franquear los esquemas organizativos y las rutinas productivas de su medio.

Desde una perspectiva más cercana, Miriam Rodríguez Betancourt (2004), especifica que *“los géneros tienen una naturaleza cultural, se crean, y como tal construcción, cambian, evolucionan. “(...) los géneros son instituciones vivas que evolucionan para ajustarse a las funciones propias de la actividad a la que sirven. Y no sólo evolucionan, también desaparecen y surgen otros nuevos”.*

Como resultado de la interacción social, cultural e ideológica que se produce en la labor periodística los textos mediáticos, contenidos que el periodista organiza para construir la información. Los factores que median los contenidos ejercen notables influencias en los sucesos considerados relevantes para ser transformados en productos comunicativos y en las formas que son emitidos.

Los géneros periodísticos responden a las necesidades de información y organización de contenidos de acuerdo con los objetivos del emisor o público, dependen del estilo y el tratamiento y se pueden manifestar en todas las temáticas que el periodista desee abordar.

El destacado investigador Jorge Luis Martínez Albertos (1984) en *La Teoría normativa de los géneros periodísticos*, refiere la existencia de tres macrogéneros: informativos (información y reportaje objetivo), interpretativos (reportaje interpretativo y crónica) y de opinión (artículo o comentario).

El tratamiento de los temas económicos pasa por los intereses editoriales o la política informativa del medio, los cuales se definen cada año y luego adecuan a las coyunturas. Consiste en un orden de prioridades, contando con la iniciativa propia del redactor. Esta agenda la dicta desde la realidad sociopolítica del país hasta la coyuntura internacional. *“En mi opinión, los géneros más tratados en la prensa escrita nacional son la información, el reportaje y la entrevista. Los menos tratados, los artículos, los comentarios. Cada órgano pulsa muy de cerca la satisfacción de sus lectores por diferentes vías, para lo cual se disponen de departamentos”*. (Carballo, 2010)

Desde otra perspectiva, Aldunate y Lecaros (citado por Piñeiro, 2009) mencionan los tres géneros por excelencia de la tradición periodística latina (también llamada europea): informativo, interpretativo y de opinión. Y amplían su clasificación diciendo: El primero — informativo— busca comunicar los hechos noticiosos en el menor tiempo posible, entregando los datos básicos; su material es el hecho. La interpretación, en cambio, pretende profundizar y explicar la noticia, situando los hechos en un contexto. Su material son los procesos. La opinión, finalmente, argumenta, da razones, trata de convencer acerca de tal o cual hecho ciñéndose a un determinado punto de vista. Su material son las ideas y valores.

La presente investigación centra su estudio en la práctica periodística especializada en temática económica en el periódico *jahora!*, dicha publicación tiene carácter de semanario y se publica todos los sábados. En sus páginas se pueden encontrar hechos noticiosos (municipales, provinciales y nacionales) de actualidad y de varios géneros. De ahí que para poder llevar a cabo una caracterización del periodismo económico en el rotativo, es necesario exponer las particularidades propias de los géneros periodísticos allí empleados.

La noticia, considerada una información breve, legible y concisa de un suceso reciente que despierta interés general es impersonal, y el léxico es denotativo, revelador. Así el reportaje con carácter informativo y documental, desarrolla la noticia, tratando de captar el ambiente en que se ha producido. Estrechamente vinculada a la actualidad, con una forma determinada, dentro de un texto específico en el que han hallado su sistematización los elementos constitutivos de los hechos de actualidad o de los acontecimientos recientes que se narran o describen. Se estima que lo más efectivo es que, más allá de divisiones temáticas en el momento de producir la información económica, el periodista económico interprete, explique, conceptualice, ejemplifique, acuda a los expertos, y polemice con las fuentes con el propósito de satisfacer las necesidades informativas de las mayorías.

Para ello debe mostrar una información económica que permita a los lectores, no sólo entender o adquirir cultura sobre el tema, sino aplicar esos conocimientos a su realidad económica plurifuncional como individuo, formando parte de una empresa, como nación y dentro del contexto de la economía mundial. Incluso, como resultado de una potente investigación del tema, el periodista económico, podría en un nivel superior de aportar posibles soluciones a dichas problemáticas o preguntas que sugieran acciones concretas, sustentadas por soportes teóricos y muestreos prácticos, que validen una coherencia lógica – pragmática, de las cuestiones abordadas en la información económica especializada.

En el pasado siglo Roger Clause definió la noticia como la materia bruta de la vasta enciclopedia que los técnicos de difusión colectiva edifican cada día; es el elemento constitutivo de la documentación cotidiana que reclama con insistencia creciente la curiosidad inquieta de los hombres y la preocupación punzante de su destino”

El comentario es un texto expositivo o argumentativo que trata cualquier tipo de tema con libertad expresiva dedica se a valorar, analizar y someter a juicio las noticias más relevantes. Está estrechamente ligado al autor, por ello su credibilidad y capacidad de influencia dependen del prestigio y autoridad que merezca los puntos de vista ofrecidos a los lectores. Lo común es que aparezca firmado. El autor está o puede estar personalizado. Puede escribir en primera persona y comentar desde un plano directo y referirse a uno o más aspectos del problema. No aspira a lograr una generalización tan amplia y completa. La estructura es más libre. Admite una mayor variedad en el lenguaje y un tono más popular. El estilo requiere originalidad, detalle y color.

La columna combina la realidad periodística con la ficción literaria. Lo literario no aparece como un elemento que caracterizador el estilo, sino como un elemento caracterizador del contenido del mensaje. La práctica discursiva tiene como propósito el encanto artístico. Para ello confluyen los recursos humorísticos legibles, juegos de palabras, ironías y exageraciones, etc., aunque en ocasiones se distancia de lo estilístico por su pragmatismo. La columna de opinión es interpretativa y valorativa de hechos noticiosos.

La libertad expresiva en estos casos es total con dos únicas limitaciones: el número de palabras establecido por el periódico y la claridad debida a los lectores. Constituyen un género híbrido entre la literatura y el periodismo. El columnista debe reunir dos cualidades: un dominio virtuoso del lenguaje, que materializa en un estilo propio, y una capacidad para ofrecer una perspectiva única y diferente sobre hechos conocidos que pertenecen a la actualidad.

A **la entrevista** algunos textos de periodismo la consideran como otra forma de reporterismo provocado en la que, como ocurre en el reportaje, es el periodista quien va a la montaña y no la montaña la que viene hasta él. En relación con las funciones principales de la entrevista hay unanimidad de criterios: establecer una comunicación entre uno o varios personajes y el sujeto receptor en el proceso de la información. Los argumentos y opiniones y criterios ofrecidos en la palabra de una persona que habla con autoridad y conocimientos del tema tratado, tiene un peso mayor que todas las afirmaciones que pueda hacer del asunto el propio periodista.

El secreto de la entrevista consiste en lograr que cada lector, cada oyente o cada televidente, reciba la impresión de que el entrevistado “conversa” con él directa o personalmente.

En **el reportaje** el hecho es una constante y el periodista halla el material en el terreno de los hechos. El suceso es la causa misma e implica una circunstancia de actualidad con referencias a un propósito de originalidad. Descansa en la anticipación, en la fuerza interpretativa y en la profundización temática. Debe ser eminentemente interpretativo, debe ir al trasfondo de la noticia de actualidad y explicar, entre otras causas, el significado y la trascendencia de los acontecimientos ocurridos.

Es un género periodístico que debe estar dirigido al intelecto del sujeto receptor y debe profundizar en el tema para ayudar al lector, al oyente o al televidente, a pensar con más claridad y acierto acerca de los problemas y asuntos de interés colectivo. Se prepara con varios días de documentación, de análisis y de indagaciones. No se puede esquematizar y enmarcar en patrones y normas estrictas. Cada periodista desarrollará su estilo propio y su trabajo, en términos generales, debe ser una creación personal.

El hecho de que un trabajo periodístico muestre varias declaraciones y opiniones no quiere decir que se trate de un reportaje. Para que sea un reportaje, esa representatividad tiene que mostrarse en términos de diversidad de visiones, de criterios. El reportaje busca enfocar el hecho o el tema desde sus diversos enfoques y aristas.

Coincidimos que sin conocimiento de la materia que decida tratar, el periodista corre el riesgo de convertirse en un “lleva y trae” de información ,a decir del periodista Ariel Terrero(2010). No se puede ofrecer una información sin conocer de qué se trata o lo que significa; y la economía está cuajada de conceptos, indicadores, términos técnicos, que a veces son difíciles y la tienden trampas a los propios economistas. Tenemos que preguntar sin miedo cada vez que no entendamos algo y estudiar insistentemente para no hacer preguntas tontas. Se demanda un discurso reflexivo que genere polémicas en torno a los temas tratados; y la importancia de manejar cifras, estadísticas y otros datos con la agudeza y el rigor exigidos,

Luego de ofrecer los principales referentes teóricos de la práctica periodística especializada en temática económica y los géneros que usualmente se emplean en su desarrollo por un medio de prensa, ésta investigación procede a realizar un análisis de la misma en el semanario ***jahora!***.

CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE CONTENIDO

2.1 Antecedentes Históricos del Semanario *jahora!*

La historia del periodismo en Holguín se remonta a la primera mitad del I siglo XIX, cuando se plantea la necesidad de una imprenta en el territorio, la cual permitiera editar un periódico que fuese el órgano de la Tenencia de Gobierno. La idea tuvo muy buena acogida, aunque constituiría solo un sueño hasta su materialización 32 años después. La primera publicación que vio la luz sería la llamada *Hoja Oficial*, donde la Comandancia Militar y la Tenencia de Gobierno daban a conocer sus resoluciones y bandos. En esa misma imprenta, y en ese propio año, comenzó a editarse el primer periódico holguinero: *La Luz*, el cual sería suprimido al poco tiempo por sus artículos de corte liberal escritos por criollos.

A finales del siglo XIX surgieron numerosos periódicos de diferentes tendencias y corrientes ideológicas, como reflejo de los tiempos que vivía la Cuba colonial. Entre los más reconocidos se encuentran: *El Oriental de Holguín*, *La Estrella de Cuba*, *El Periquero*, *La Doctrina*, *El Eco de Holguín*. Con la ocupación norteamericana y la instauración de la República, el 20 de mayo de 1902, la prensa en el territorio, sufrió grandes transformaciones. Lo que antes fue una lucha constante contra los españoles en el terreno de las ideas, mediante el periodismo, se abogaría mediante el periódico *La Opinión* por el establecimiento de una República Federal.

No sería sino hasta la mitad del siglo XX cuando se apreció en el territorio cierta apertura en cuanto a intereses, hecho que propició el surgimiento de más de 100 publicaciones, entre periódicos, revistas y boletines. Un verdadero exponente de esta época fue sin dudas el periódico *Norte*, que comenzó a publicarse con el golpe de Estado en marzo de 1952 y ofreció cobertura en sus páginas a la lucha guerrillera en la Sierra Maestra. La prensa holguinera experimentó en esta etapa, como nunca antes, largos períodos de censura, con excepción de los órganos voceros del gobierno de facto.

El 19 de noviembre de 1962, se publica por primera vez el periódico *jahora!*, órgano del Partido Unido de la Revolución Socialista (PURS) en la Región de Holguín. Fue el sucesor del periódico guerrillero *Surco*, fundado el 20 de octubre de 1958 por

Raúl Castro, en el Segundo Frente Oriental Frank País. El adverbio de tiempo que dio título a la publicación fue propuesto por un lector, el doctor José Isidoro Zúñiga Pérez, y marcó la impronta de la publicación. La argumentación del nombre propuesto señalaba que “ahora es el momento de la lucha contra el imperialismo y ahora tenemos que estar más listos que nunca para defender la Patria Socialista”.

El formato standard o “sábana” fue su primera apariencia. Durante esta década *¡ahora!* contó con mayor realce gráfico: profusión de fotografías, caricaturas, enormes titulares, cintillos llamativos y carteles.

El 4 de febrero de 1986 salió de las recién estrenadas máquinas impresoras Rodoset Petit, de fabricación alemana, el primer *¡ahora!* impreso con el Sistema Off-Set en el combinado de periódicos José Miró Argenter, de esta forma las nuevas tecnologías dieron continuidad a la tradición del periodismo revolucionario en el territorio. El tabloide se impuso con su nueva concepción del diseño y contenido; manuable, atractivo, ameno, ágil y capaz de responder al interés multifacético de los lectores.

Como tabloide, tuvo gran despliegue gráfico entre fotografías, viñetas e ilustraciones, a tono con las tendencias internacionales para ese formato. La publicación devino semanario desde el 4 de enero de 1992, por imperativo del Período Especial. Sin embargo, a pesar de las limitaciones y carencias, aparecieron soluciones que propiciaron que *¡ahora!* continuara apareciendo con dignidad, con una salida bisemanal, se transformó en un semanario de 16 páginas, de 12, de 8 y hasta de 4.

Aunque ya para 1996 se logró estabilizar su salida semanal y con 8 páginas, como se mantiene hasta hoy, con una distribución temática por páginas que se conserva, en sentido general hasta hoy. En el 2002, se unificaron tendencias y se realizó una propuesta de diseño más sobria, con economía de tipografías y limitaciones en materia de efectos y soluciones gráficas.

En enero del 2006 sucedió la última renovación de la publicación. Reubicación temática por páginas, replanteos en cuanto al formato y tratamiento gráfico y reconsideración del balance entre texto con el fin de sin desfavorecer a la gráfica, abogar por mayor presencia de la información escrita en primera plana y dedicar mayor espacio por trabajo en interiores, en dependencia de su importancia. Esta

jerarquización ha llevado a mayor búsqueda en los temas y favorecer aquellos de mayor impacto.

¡ahora! mantiene un buen vínculo con los lectores, manifiesto no sólo en el columnismo u otras modalidades, sino en la aplicación de técnicas de obtención de información como encuestas y entrevistas periódicas, esto ha permitido desarrollar un estilo que los obliga a ser más directos en la forma de plantear la noticia, con titulación más breve e imaginativa y textos más cortos. El semanario ¡ahora! cuenta con los suplementos *Ámbito* y *Serranía* y cuenta a su vez con su Página Web www.ahora.cu y con una edición digital diaria.

El semanario actualmente, órgano del Partido Comunista de Cuba (PCC) en la provincia Holguín, cuenta con una tirada de 60 mil ejemplares y para el municipio cabecera de 26 mil 485 ejemplares. Además de ser nombrado Vanguardia Nacional, ha participado en numerosos eventos, en el VI Festival Nacional de la Prensa Escrita obtuvo Mención al Mejor Conjunto Informativo en el 2004 y en el VIII se le otorgó Premio como mejor Publicación Digital y Premio Mejor Primera Plana en 2007.

El Semanario se rige por una agenda temática conformada desde el Comité Central del PCC; dentro de las líneas que plantea se encuentra el tratamiento a las temáticas relacionadas con las medidas de actualización del modelo económico cubano, a partir de la necesidad de dirigir trabajos periodísticos de diferentes géneros a temáticas que permitan influir en la elevación de la producción de alimentos, la sustitución de importaciones e incrementar las exportaciones.

Potenciar los espacios fijos sobre la temática económica, que permitan influir en la población con la elevación de su cultura económica. Contribuir a la educación de la población relacionada con el sistema tributario y la atención a temáticas como las formas de trabajo no estatales. Intensificar la publicación de materiales que fundamenten la necesidad de fortalecer la disciplina laboral y de las administraciones para lograr mayor productividad y eficiencia.

Publicar intencionadamente materiales que contribuyan a la educación económica de la población particularmente en relación con el carácter de dueños colectivos de los medios de producción de los trabajadores cubanos y los conceptos de

producción, productividad, eficiencia, sustitución de importaciones y aprovechamiento de la jornada laboral.

Divulgar trabajos relacionados con la aseveración de nuestro Comandante en Jefe de que “todo dependerá de nuestro propio esfuerzo” enfatizando en la importancia del trabajo, los valores de laboriosidad, el ahorro de recursos humanos, la reducción de los costos de cada inversión realizada y los costos de los beneficios sociales que la Revolución otorga a cada ciudadano en salud, educación, seguridad social, vivienda, entre otros.

Reflejar los resultados de los programas para garantizar la producción de alimentos para la población. Divulgar las mejores iniciativas para resolver los problemas de la comercialización y elevar los rendimientos agrícolas en los diferentes territorios.

Ofrecer cobertura al conjunto de Lineamientos aprobados en el VI Congreso del Partido diseñado para dar respuesta al objetivo central de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución Cubana: la actualización de su modelo económico, para garantizar la irreversibilidad del socialismo.

Una positiva labor en la aplicación de la Política Informativa ha realizado el colectivo que se ha destacado en los trabajos sobre acontecer económicos publicados, entre los que sobresalen los relacionados con la crítica profunda y analítica de los problemas que más afectan a la población y que pudieron tener solución por la gestión del hombre, de ellos muchos fueron solucionados por los que el semanario ganó el prestigio correspondiente a un órgano del Comité Provincial del Partido¹.

Con efectividad trabaja para cumplir con el precepto sobre el derecho del pueblo a la información, como se establece en la Constitución de la República y reiterado en los Congresos del Partido y de la UPEC. En cada edición, acorde con el plan editorial, y las orientaciones del Partido, se trata de satisfacer las necesidades informativas relacionadas con las actividades políticas, económicas, sociales, culturales, deportivas y científicas.

¹ Datos aportados a partir de los resultados obtenidos en el Festival de la Prensa 2011 y la ponencia Apuntes sobre periodismo económico

2.2 Periodismo Económico en el Semanario *jahora!*

El período analizado pertenece al último quinquenio, del que fueron examinados 260 periódicos, 52 por cada año² y se escogió una muestra de 108 ediciones, de manera aleatoria, a partir del mes de enero del 2007 hasta diciembre del 2011. La revisión de ciento ocho ejemplares reveló las características de la producción periodística, el abordaje temático y la variedad genérica de los trabajos referidos al acontecer económico.

En las ediciones analizadas se encontraron 62 trabajos periodísticos dedicados a esta temática. De ellos, el reportaje representó el 40,3%, en segundo lugar se ubicó el comentario con el 21,0% y en tercer y cuarto lugar se situaron la columna y la información, con el 17,7% y 12,9%, respectivamente. En último lugar se ubicó la entrevista con el 8,1%.

No es de extrañar que sea el reportaje el género predominante (con 25 trabajos), ya que por sus características permite un mayor análisis de las categorías económicas, desglosar datos y conceptos de la teoría económica. No resulta tampoco para nada casual que abunde en las páginas de *jahora!*, debido al hecho de que la concepción propia de la distribución de su espacio permite la publicación de los mismos en las páginas 4, 5 y 8 del rotativo. . De ahí que el 64% de ellos fueron publicados a página completa y el 36% a media página (7 en la parte superior y 2 en la inferior) en un formato en su mayoría de a 4 y 5 columnas.

Cleanel Ricardo, periodista que regularmente trata esta temática en el Semanario, coincide al afirmar que es posible emplear cualquier género, por experiencia , el más utilizado para el análisis de un hecho económico y el arribo de conclusiones: es el reportaje; no solo por ser el género de géneros, sino porque a través de su uso permite el tratamiento integral de un tema, analizando todas las aristas, criterios de especialistas en la materia y el empleo de gráficas, utilizando la confluencia de varios géneros, hasta lograr que el lector tenga la aproximación más exacta y un enfoque en relación con el tema.

² El periódico *jahora!* a raíz del Periodo Especial, por necesidades del país, se convierte en semanario

Destacan por un amplio y profundo análisis a los hechos económicos los reportajes: “*El desconocido y atractivo Superávit*” del periodista Cleanel Ricardo, (Ricardo, 2010), ““*Producir lo propio*”” de la periodista Karina Marrón (Marrón, 2009) y “*A buen recaudo*”, correspondiente al binomio Nelson Rodríguez y Rubicel González (Rodríguez y González, 2010) , dedicados el primero a los resultados del balance presupuestario de la provincia en el año 2009 , el segundo a la producción de carne de cerdo para sustituir importaciones y el tercero al sistema tributario cubano.

Los géneros de opinión, como el comentario, utilizado profusamente por la prensa moderna para el enjuiciamiento breve de todo tipo de problemas de actualidad, realizan acto de presencia en el Semanario. Aunque en menor proporción que el reportaje a la hora de tratar la temática referida anteriormente (con 13 trabajos), no incide directamente sobre los hechos —ya que éstos se dan a conocer en la parte del periódico dedicada a la información—, no transmiten datos y trabajan sobre ideas y opiniones, obedecen en su mayoría a los valores noticia de la prominencia, actualidad y trascendencia político – social.

Resulta importante señalar que hasta los primeros años del presente siglo (2005) ***jahora!*** no poseía una distribución temática, el comentario podía encontrarse en cualquier página menos en primera plana, pero a partir de enero del 2006, vino una reubicación. La página 3 quedó para el criterio y e en marzo comenzó a denominarse “Punto de Vista”, como el nombre de una antigua columna de debate que ocupaba la página 5. Hasta hoy, la estructura se mantiene a tres columnas y compartiendo espacio con *De lo humano a lo curioso*, *Detrás de la palabra*, *Esquina joven* y *A punta de lápiz*.

En el año 2011 la provincia Holguín perfilaba un claro avance y un ambiente de mayor entendimiento sobre economía, que se tradujo en cada vez más profundos análisis colectivos del comportamiento de los principales indicadores de las empresas y el manejo del presupuesto estatal. Los cambios incipientes que en esos momentos se producían en la economía cubana y los que vaticinaban el Proyecto de Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, colocaban a la sociedad cubana en una nueva dimensión del debate, por lo que el 8 de enero de ese mismo año nace en el periódico ***jahora!*** la columna “A punta de

lápiz”, el primer sábado de cada mes, bajo la autoría de Carlos Manuel Balán Carballo, director de la Consultoría de la Asociación Nacional de Economistas y Contadores de Cuba (CANEC) en Holguín, y presidente de la Comisión Económica del Comité Provincial del Partido, como respuesta a una necesidad de contar con un espacio que permitiera la reflexión y no el análisis superficial de uno u otro fenómeno o hecho económico.

“En el país se estaba hablando de transitar hacia una cultura económica y nada más elemental que crear un espacio fijo para tratar temas económicos, primero antes que informar creo que lo primero en economía debería ser formar, explicar conceptos económicos”, explica Jorge Luis Cruz Bermúdez, actual director del rotativo y en esos momentos subdirector.

Uno de los mayores retos en la actualización económica es el tránsito de la ignorancia al conocimiento elemental de economía, que permita no la cátedra, sino el sentido común para obtener mayores beneficios. Sin ánimos de especular, solo partiendo de vivencias y evidencias, se observa en la mayoría de los sectores de la provincia una especie de nueva motivación por ir desentrañando las causas que nos impiden avanzar más, se rescata paulatinamente la disciplina informativa y mejoran, aunque no suficientemente, los análisis económico-financieros de las entidades, apunta también Balán Carballo.

La columna es el género que sucede al comentario con 11 trabajos publicados a partir de la publicación mensual de *“A punta de lápiz”*, por lo que resulta válido señalar que la presencia de una columna especializada es un sello que actualmente distingue a **¡ahora!** de otros periódicos provinciales. Anteriormente en su estructura no existían páginas fijas para el tratamiento de los temas relacionados con la economía, los trabajos aparecían reflejados en las páginas de reportajes y de opinión.

El balance genérico realizado reveló la publicación de informaciones económicas, aunque en mucha menor proporción que los géneros de opinión representando solo un 12,9%(8 trabajos) del total. Enfocadas en temas relacionados con Zafra Azucarera (2), Producción de Bienes y Servicios (1), Electroenergética (1), Industria Sideromecánica (1), Revolución Energética (3) y Educación económica (1). Fueron

situadas en la parte superior izquierda, y excepto una que fue publicada en primera plana ("*Continúa Revolución Energética*"(Ruíz y Guetón, 2010)), las demás fueron enmarcadas en corondeles para resaltar el texto.

Es llamativa la presencia mínima de la entrevistas, como género independiente. Sólo cinco de los 62 trabajos analizados, realizadas entre febrero y diciembre del año 2009,(publicadas en las páginas 4, 5 y 8), en su mayoría informativas, abordaron temas como la Educación Económica (2), la Ganadería (1), Finanzas y Precios (1) y Economía Mundial (1) . La calidad de las mismas es relevante a pesar de su escasa representación, sobresalen las realizadas por Jorge Luis Cruz a Idania Ricardo Leal, vicepresidenta del Consejo de Administración Provincial (CAP), "*Economía entre pronósticos y ciclones*", sobre la situación económica de la provincia y "*Atacar de frente*" por Cleanel Ricardo a Carlos Manuel Balán acerca de la crisis mundial y su incidencia en el territorio holguinero.

Contextualizada en el país, la actividad económica responde a la eficiencia como el objetivo central de la política económica, la sustitución de importaciones en cuestiones alimenticias, y a lograr un nivel óptimo de disciplina laboral, tecnológica, energética y productiva en el sistema empresarial cubano.(Partido Comunista de Cuba,2011)

El balance temático mostró a la Educación Económica como el tema más recurrente en la producción periodística dedicada a este tópico, con el 24,2 % del total, seguido por la Producción de Alimentos (con el 9,7%), Agricultura, Zafra Azucarera y Economía Mundial con el 4,8%, Zafra Cafetalera, Electroenergética, Revolución Energética, Producción Mercantil, Sustitución de Importaciones, Minería, Dualidad Monetaria, Casas de Cambio y Contabilidad y Control Interno en el 3,2% , mientras que se aprecian en menor proporción la Ganadería, Formas de Trabajo no estatal, Transporte de Carga, Comercio y Gastronomía, Subsidios, Industria Sideromecánica, Finanzas y Precios, Sistema Tributario, Presupuesto y Plan Especial³ con sólo el 1,6%. Es importante reseñar que muchas de las categorías analizadas solo se encuentran representadas por un trabajo periodístico

³ El Plan Especial de apoyo a las provincias orientales, revitaliza sectores con incidencia directa en la calidad de vida de la población.

Dentro de la agricultura, el tema más tratado fue la Producción de Alimentos (6 trabajos) mientras que la Ganadería solo fue abordada por una entrevista: El camino de 80 a 700 (Avilés, 2009). La Zafra Azucarera (3) predominó por encima de la cafetalera (2), aunque la primera estuvo carente de un análisis mucho más profundo pues solo fue tratada mediante dos informaciones y un reportaje. La Electroenergética, la Producción Mercantil, la Sustitución de Importaciones, la Minería y la Industria Alimentaria sólo estuvieron presentes en dos trabajos periodísticos cada uno.

Un elemento positivo en el proceso de producción, es el tratamiento de temas encaminados a la educación económica con la utilización de los géneros periodísticos como entrevista, comentario, columna, reportaje e información, lo que denota prioridad informativa al tema.

En contraposición, temas tan necesarios como el Trabajo, la Producción de Bienes y Servicios, la Industria Sideromecánica y el Presupuesto Estatal se trataron con exigua frecuencia. La Producción de Bienes y Servicios, por ejemplo, se abordó sólo con miras informativas y se obviaron los trabajos con una carga de profundidad tales como los reportajes y comentarios

Aspectos poco tratados, fueron además, los Subsidios, el Transporte de Carga, Finanzas y Precios y se obviaron algunos tales como el Turismo, importante fuente de ingresos en el territorio, el Salario y el sector de la Construcción, tópicos de total relevancia social y económica. Un paso de avance constituye el tratamiento de temas relacionados a la Economía Mundial y la crisis financiera mediante del empleo del comentario y la entrevista.

Aún resulta deficiente la presencia de productos comunicativos relacionados a la Teoría Económica en el Semanario, pero bien aclara Cleanel Ricardo, al apuntar que por ser ***jahora!*** un periódico provincial trata con mayor asiduidad temas que responden al acto productivo que está a nuestro alcance.

Cabe señalar que ***jahora!*** ofrece cobertura informativa a la llamada Reunión de la Economía, que se efectúa una vez al mes, cuando se analizan los resultados de los principales renglones económicos de la provincia, la productividad y la eficiencia.

Si se efectúa un balance de conjunto entre el tema y el género periodístico utilizado, se pueden arribar a los siguientes resultados: el 20% de los reportajes abordaron temas relacionados con la Producción de Alimentos, el 12% sobre la Agricultura, mientras que la Zafra Cafetalera, la Minería y la Producción Mercantil el 8% cada una, las nueve categorías restantes solo emplearon el reportaje en una ocasión representando solo el 4% en cada caso. (Ver Anexo II)

El comentario y la entrevista se enmarcaron en el 23,1% y 20%, respectivamente, en temas dirigidos a la Educación Económica, aunque el primero trató en el 30,8% la Contabilidad, el Control Interno y la Economía Mundial. Por su parte, las informaciones trataron en el 25% los hechos noticiosos de la Zafra Azucarera en la provincia.

La columna “A punta de lápiz” sobresalió al dedicar el 81,8 % de su espacio a la Educación Económica, por encima de los demás géneros periodísticos, y el 18,2% a las Formas de Trabajo no Estatal y las Casas de Cambio. (Ver Anexo II)

La procedencia de los temas fue variada, aunque recayó en el 72,6% en hechos ocurridos en la provincia. El acontecer nacional y el internacional no fue ajeno a la gestión editorial, con el 19,4% y 4,8%, respectivamente. Mientras que los sucesos municipales ocuparon solo el 3,8 %, con trabajos dedicados en su mayoría a la minería, la agricultura y la producción de alimentos.

La utilización de recursos visuales incidió, en el 51,6%, en las fotografías, presentes en la totalidad de los reportajes y las entrevistas, y al menos en 2 informaciones, en el caso de los primeros, se ubicaron en la parte derecha superior, en el centro e intercaladas con el texto, mientras que en las segundas en la parte superior izquierda y la central. Se evidenció la presencia del pie de foto en un 54%, la ausencia de los mismos en los demás casos estuvo justificada a partir de que estaban implícitos en el texto. Los gráficos solo fueron empleados en 2 reportajes sobre la producción de alimentos (“*Los caminos de la leche*” (Pichs & González, 2007) y “*En busca del Granero Perdido*” (Estupiñán, 2008)), por lo que se puede afirmar que fueron desechadas las potencialidades informativas que su uso confiere. Además fueron obviados otros recursos como: caricaturas, tablas o infografías.

Si bien reflejan en un sentido más amplio, el empleo de géneros y tratamiento a los temas económicos ofrecidos en esta etapa, no expresan en su totalidad las peculiaridades que dentro del mismo se podrían dar. Para lograr desentrañar las características de la práctica periodística económica, se procedió a dividir las ediciones en dos etapas y se obtuvieron los datos siguientes:

En la primera etapa se realizaron 23 trabajos, de un total de 62. En cambio, en la segunda, que comprende un periodo entre julio del 2009 y diciembre del 2011, la cantidad realizada fue mayor, con 39 trabajos; por lo que se puede afirmar que el periodismo económico es una práctica que va en aumento con el decursar de los años.

El reportaje, agrupó 10 trabajos en la primera etapa y 15 en la segunda, por lo que es posible corroborar el axioma anteriormente planteado, de que este constituye el de mayor preferencia entre los periodistas y permite un análisis más profundo. El comentario se vio favorecido en la primera etapa con 7 realizados y se observó una diferencia apenas notable en la segunda con un solo un trabajo menos, tal vez por la presencia de una columna dedicada al tema. Las informaciones en cambio incrementaron en la segunda etapa (6).

A pesar de que el tratamiento a la economía en el Semanario va en aumento, no significa a la vez que la representación de géneros sea mayor. Tal es el caso de la entrevista, género que va en detrimento y aunque estuvo presente en ambas etapas (4 en la primera y 1 en la segunda), todas se ubicaron en el año 2009. Otros géneros sufrieron el mismo percance, por ejemplo, la información, que si bien aumentó en la segunda etapa, decreció en el último año.

La publicación de una columna especializada en economía marcó pautas para el crecimiento de una práctica periodística tan necesaria en estos tiempos. La misma estuvo presente en 11 ediciones (excepto en el mes de septiembre) de un total de 52 en el año 2011⁴.

De acuerdo con las temáticas tratadas, se pudo constatar mayor diversidad de las mismas en la segunda etapa con predominio de trabajos dedicados a la Educación

⁴ El periódico *jahora!* se publica todos los sábados de cada mes, por lo que anualmente sería un total de 52 ediciones por año.

Económica (12) y la Producción de Alimentos (5), además de la incorporación de nuevos temas, tales como: las Formas de Trabajo no Estatal, la Zafra Cafetalera, la Industria Sideromecánica, los Subsidios, las Casas de Cambio y el Sistema Tributario. Sin embargo es necesario también mencionar la ausencia en esta etapa (presentes en la primera) de temas como: Finanzas y Precios, la Ganadería, la ANAP, la Producción de Bienes y Servicios y la Sustitución de Importaciones. Por lo que no podemos afirmar que el desarrollo de los tópicos económicos en el semanario se haya mantenido de manera constante en ambas etapas, hecho que se puede atribuir a su vez a la forma en la que han variado las líneas temáticas con el paso de los años.⁵

Los reportajes, en el 76% de los casos, estuvieron dedicados a temáticas provinciales, de las que se desprendió un análisis profundo de los principales renglones de la economía holguinera, de ahí que solo el 16% fue dirigido a municipales, el 8% a temas nacionales y no se trataron asuntos internacionales.

El comentario, ocupó en el 84,6% su espacio en temas provinciales y en el 15,4% internacionales. En cambio, la columna trató solo temas nacionales relacionados a la actualización del modelo económico cubano y al Proyecto de Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución.

El 80% de las entrevistas referenciaron temas provinciales y el 20% internacionales; estuvieron ausentes los nacionales y los municipales. Los acontecimientos de la provincia fueron desarrollados en su totalidad mediante las informaciones.

La presencia de títulos creativos a la hora de escribir trabajos sobre economía es una marca que caracteriza a *jahora!* y ofrece la posibilidad de lograr un mayor acercamiento a los lectores. Destacaron en el caso los reportajes y de las entrevistas, en ambos, se ubicaron en el espacio superior izquierdo, derecho y central entre columnas, a dos colores, combinando tipografías en cursiva y resaltando caracteres y palabras, con el fin de llamar la atención de los lectores acerca de su contenido.

⁵ Actualmente las líneas temáticas se encuentran en el Discurso de Raúl Castro a la Asamblea Nacional en el IV Periodo de Mandato.

La utilización de recursos expresivos del lenguaje aportó dinamismo a los textos, por lo que pudieron resultar llamativos para el público. Se pudo apreciar, sin embargo, una gran diferencia entre los títulos informativos en el 57,1% y creativos en el 42,7%, con mayor presencia del segundo a partir de la existencia de un número elevado de reportajes y comentarios con respecto a las informaciones. Por ejemplo, se titularon reportajes como: *Para dar luz* (Estupiñán, 2007), *“Los caminos de la leche”* (Pichs y González, 2007), *“En busca del Granero Perdido”* (Estupiñán, 2007), *Los hombres del Planeta Rojo* (Marrón, 2008), *El desconocido y atractivo Superávit* (Ricardo, 2010) y *Como Sagua para chocolate*(González,2010). La originalidad estuvo presente en el comentario y la entrevista, en el primero con títulos como: *A favor del demonio* (Fernández,2007), *Mientras el hacha va y viene*(Fernández,2007), *Pérdidas por decreto*(Ricardo,2009) y *Subsidios ¿Adiós al humo?* (Parra,2011), mientras que la segunda lució algunos como: *Economía entre pronósticos y ciclones*(Cruz,2009) y *Gastar con A de ahorro* (Ruiz y González,2009). Las noticias solo ocuparon títulos informativos en su mayoría.

El análisis de contenido estuvo dirigido también a determinar qué características del periodismo especializado han marcado la realización de trabajos periodísticos sobre acontecer económico en el semanario *jahora!*. Las categorías seleccionadas fueron la documentación, el nivel de profundidad, la utilización de conceptos y categorías propias del campo económico, documentación del tema, el análisis de los acontecimientos, la contextualización y el uso de técnicas de investigación. Además el grado de especialización o conocimiento en cuanto al tema del periodista y la fuente, el enfoque, la procedencia, la utilización de recursos visuales y el análisis en relación con el uso y contrastación de fuentes.

La muestra se correspondió con la selección de 25 trabajos periodísticos, para la que se tuvo en cuenta géneros más utilizados, dentro de los que se escogió el reportaje por ser el más representativo. El análisis de los trabajos escogidos arrojó las principales características de la especialización por lo que fue posible apreciar el nivel de profundidad de los mismos.

La documentación y el análisis del hecho estuvieron presentes en la totalidad de los trabajos. Mientras que en menor frecuencia se emplearon técnicas propias del periodismo de investigación (20%).

No es posible una elaboración asentada y completa de un producto periodístico especializado, si no se utilizan las mismas técnicas y metodologías propias del Periodismo de Investigación. Estos tipos de textos tienen necesariamente que caracterizarse por la coherencia interna, utilización pertinente de los conceptos y las categorías del área temática tratada, así como el enfoque evaluativo, de opinión o, como se asevera anteriormente, de investigación.

El manejo de conceptos y categorías del campo económico se evidenció en el 64% de los trabajos. El lenguaje especializado se mostró con más frecuencia en temas como la Minería, la Zafra Cafetalera, la Producción de alimentos, la Agricultura y la Producción Mercantil, siempre encaminado a potenciar la cultura económica, pero sin abusar de tecnicismos o conceptos, demostrando el nivel de conocimiento y dominio que poseen los periodistas sobre las categorías económicas, entre los que se destacan : Ania Fernández, Cleanel Ricardo, Froilán Parra, Rubicel González, Karina Marrón y Leandro Estupiñán.

En la mayoría de los productos comunicativos analizados se descubrió un interés por parte de los periodistas de lograr llevar al lector un mensaje profundo, de acuerdo a la realidad económica que vive la provincia. En los 25 trabajos seleccionados se evidenció contextualización en cuanto a las temáticas tratadas.

Sin embargo, a pesar de que la producción periodística sobre economía en el Semanario es bastante frecuente, el empleo de técnicas del periodismo de investigación aun constituye un reto para quienes tratan el tema, de ahí que solo en 5 trabajos se pudo constatar el manejo de las mismas, en materias como la Producción de Alimentos (4) y Plan Especial (1) , donde resaltan el de Lourdes Pichs y Rubicel González, *“Los caminos de la leche”* ,y de Leandro Estupiñán, *“En busca del Granero Perdido”*.

Uno de los debates más complejos que se ciernen sobre la práctica de periodismo económico en nuestro país y que no es ajeno a ningún medio de comunicación

constituye el de desarrollar la temática mediante un trabajo informativo y de diálogo constante. Según Caridad Carro Bello (Carro, 2009), tal afirmación se sustenta en la existencia de dos situaciones: el difícil acceso de los periodistas a la información económica oficial a través de las fuentes institucionales y la insuficiente eficacia de los productos comunicativos de los medios, problemas analizados en reiteradas ocasiones por el gremio y el Partido Comunista de Cuba (PCC).

Acerca del empleo de la información en un tipo de sociedad como la nuestra, los intereses de las instituciones políticas, económicas y de los medios de prensa deberían estar dirigidos hacia un mismo fin: la visibilidad pública de un desempeño socioeconómico puesto en función de lograr el sistema más justo y equitativo que pretende construirse en el mundo, es decir, el socialismo. Este propósito no se cumplía plenamente en la práctica comunicativa, justificándose en las difíciles situaciones del contexto nacional⁶.

De ahí que el balance sobre el grado de especialización arrojó un intenso trabajo con las fuentes, los profesionales del sector emplearon en un 96% las instituciones como punto partida. En 15 ocasiones acudieron a fuentes especializadas para lograr una mayor profundidad, calidad y rigor en los productos comunicativos y solo en 4 a fuentes no especializadas. (Ver Anexo VI)

Por otra parte, se pudo constatar en el 60% de los casos la contrastación de fuentes y un profundo trabajo de documentación y preparación por parte de los reporteros. Se recurrió con mayor asiduidad a los especialistas en temas tales como el Presupuesto Estatal, la Dualidad Monetaria, Sistema Tributario y la Producción de Alimentos.

El enfoque informativo predominó sobre el interpretativo y el evaluativo o de opinión, al figurar en el 48%, mayor en comparación al 40% del segundo y 12% del tercero. Resulta interesante señalar la diferencia mínima entre el primero y el segundo, lo que evidencia la búsqueda de un nivel de especialización más alto en esta temática en el semanario.

⁶ En este punto se evidenció un profundo cambio a partir del discurso pronunciado por Raúl en el Séptimo Congreso del PCC en abril del 2011.

La mera enunciación de cifras y datos en muchos de los casos frenó la posibilidad de alcanzar una mayor profundidad en el análisis de las temáticas y determinó el aspecto informativo en una gran cantidad de trabajos. Mientras que sí se pudo apreciar una calidad superior en reportajes interpretativos dedicados en su mayoría a la producción de alimentos. Tal es el caso de trabajos como: “*Los caminos de la leche*” (Pichs y González, 2007), “*En busca del Granero Perdido*” (Estupiñán, 2008) y “*Producir lo propio*” (Marrón, 2009). Solo 3 trabajos reflejaron una voluntad evaluativa y de opinión, representados en los trabajos de los periodistas Cleanel Ricardo (“*La economía holguinera sobre el tapete*”, “*Zafra azucarera buenos augurios*”) y Ania Fernández (“*Facilitar la vida*”)

Los balances temático, genérico y de especialización efectuados anteriormente nos han permitido constatar qué tipo de periodismo económico se ha venido realizando en el semanario ***jahora!***. Lo primero que condiciona el tratamiento de la temática es el hecho de que forma parte de la política informativa del medio.

La actualización del modelo económico cubano, repercute en el quehacer periodístico del país y alcanza a la vez las páginas del Semanario, a tal punto que supone un cambio sustancial en las rutinas productivas, el concepto de noticiabilidad y la relación con las fuentes, por lo que la educación económica se definió a partir del pasado año como una de las temáticas más recurrentes y necesarias dentro del mismo, de ahí que la presencia de la columna “A punta de lápiz” refleje el empeño de acercar a los lectores al debate de los principales puntos de los Lineamientos y a su vez lograr potenciar una cultura económica en la población holguinera. Sin embargo resulta también ineludible tratar temas como la Construcción, el Trabajo, el Salario, la Seguridad Social y el Turismo y con mayor frecuencia la Producción de Bienes y Servicios, el Presupuesto Estatal, los Subsidios, la Contabilidad y el Control Interno.

A sus 50 años, ***jahora!*** se erige referente de su tipo en el país, se acomoda a los ámbitos más exigentes de la sociedad cubana actual, polemiza y se adentra en la economía con avances significativos. Participa en un debate donde, si bien tiene precedentes, nunca como ahora reconoce la importancia de analizar y ajustar los engranes del sistema económico, sorteando, con inteligencia, los retos y riesgos

actuales. Porque no es cambiar, sino reaccionar como protagonistas, con la exigencia de la mentalidad propia del momento histórico y como bandera el concepto de Revolución:

"Revolución es sentido del momento histórico; es cambiar todo lo que debe ser cambiado; es igualdad y libertad plenas; es ser tratado y tratar a los demás como seres humanos; es emanciparnos por nosotros mismos y con nuestros propios esfuerzos; es desafiar poderosas fuerzas dominantes dentro y fuera del ámbito social y nacional; es defender valores en los que se cree al precio de cualquier sacrificio; es modestia, desinterés, altruismo, solidaridad y heroísmo; es luchar con audacia, inteligencia y realismo; es no mentir jamás ni violar principios éticos; es convicción profunda de que no existe fuerza en el mundo capaz de aplastar la fuerza de la verdad y las ideas. Revolución es unidad, es independencia, es luchar por nuestros sueños de justicia para Cuba y para el mundo, que es la base de nuestro patriotismo, nuestro socialismo y nuestro internacionalismo". (Castro Ruz, 2000)

"Hacer, es nuestra manera de decir", expresó el Héroe Nacional, *"Haga cada uno su parte de deber y nada podrá vencernos",* afirmó también. En Cuba hoy, esas bien pueden ser divisas de la prensa y de los periodistas.

Conclusiones

Al finalizar la presente investigación se arribaron a las siguientes conclusiones:

1- El periodismo económico se ha convertido en práctica actual necesaria a partir de la actualización del modelo económico cubano. En Cuba se le ha integrado a estrategias fundamentales para elevar la cultura económica de la población, con el fin de crear en los sujetos actitudes conscientes ante la producción, distribución y consumo de bienes, así como para hacer avanzar a la sociedad en términos de motivación, implicación y compromiso con los objetivos de desarrollo socio-económico del país

2-*jahora!* acomoda el discurso periodístico y jerarquiza los perfiles estratégicos de la economía cubana hacia su sostenibilidad, sobre la base de la eficiencia y la productividad, con la convicción de transitar hacia una cultura que destierre las malas prácticas en la gestión económica.

3- El tratamiento de los temas económicos es una línea priorizada en la política informativa de *jahora!*, de ahí que la creación de un espacio fijo aporte sistematicidad en el desarrollo de los mismos y eleve la calidad del semanario por encima de otros rotativos provinciales.

4- A pesar de las limitaciones en cuanto a espacio y tiempo que posee el Semanario, en la muestra seleccionada se pudieron apreciar características propias de la especialización económica dentro de las que constataron el nivel de conocimiento, profundidad, documentación, manejo de conceptos y categorías del campo económico y dominio del idioma, capacidad de análisis crítico y uso correcto de las fuentes, entre otras, por lo que los resultados obtenidos demuestran que los periodistas se encuentran capacitados para abordar cualquier tema vinculado a la economía.

5- El balance genérico-temático puso de manifiesto el predominio del reportaje por encima de los demás géneros, con un análisis profundo de los hechos económicos, mientras que los géneros de opinión estuvieron representados en la columna y el comentario. Por su parte, la información económica y la entrevista tuvieron una escasa producción, ésta última apenas realizó acto de presencia.

6-El estudio realizado, arrojó el predominio de temas relacionados con la educación económica, producción de alimentos, Agricultura, Zafra Azucarera ,Economía Mundial , Zafra Cafetalera, Electroenergética, Revolución Energética, Producción Mercantil, Sustitución de Importaciones, Minería, Dualidad Monetaria, Casas de Cambio, Contabilidad y Control Interno y en menor proporción la Ganadería, Formas de Trabajo no estatal, Transporte de Carga, Comercio y Gastronomía, Subsidios , Industria Sideromecánica , Finanzas y Precios, Sistema Tributario, Presupuesto y Plan Especial. Se pudieron apreciar en el periodo analizado ciertas señales a la diversificación en relación a estos temas económicos, dirigidos en su mayoría a los actos productivos, aunque también existió ausencia de sectores como la Construcción y el Turismo.

7- En la muestra analizada prevaleció el enfoque informativo por encima del interpretativo y el evaluativo o de opinión, sin embargo se observó una diferencia mínima entre el primero y el segundo, lo que acerca cada vez más la práctica periodística que se realiza en el semanario a la especialización.

8-De manera general podemos concluir al afirmar que en el semanario ***jahora!*** se realiza una práctica periodística especializada en temática económica y constituye un aspecto priorizado en la política informativa del medio, presenta una gestión editorial encaminada a tratar los aspectos medulares de la misma, a partir de lo expresado por Raúl Castro en el VII Congreso del PCC, en el que llamó a la prensa cubana a realizar un papel más profundo y de avanzada ante los cambios que traería la Actualización del Modelo Económico cubano y la crisis financiera mundial.

Recomendaciones

A partir de la investigación realizada, se recomienda:

-Elevar el nivel de conocimiento sobre las categorías económicas por los periodistas del Semanario. Propiciar la superación constante a través de talleres y cursos que permitan realizar trabajos más profundos y analíticos sobre los cambios estructurales que trae consigo la Actualización del Modelo Económico cubano.

-Propiciar el intercambio entre especialistas, periodistas que aborden esta temática, directivos del medio y lectores con el fin de establecer una retroalimentación que permita perfeccionar las prácticas periodísticas sobre acontecer económico.

-Promover el empleo de técnicas y metodología de investigación con el objetivo de fomentar un periodismo económico que trate con objetividad y a profundidad los principales indicadores de la provincia y los temas de preocupación social.

-Ofrecer mayor seguimiento a los temas económicos tratados en el semanario y de acuerdo con la estructura del periódico, dedicar en la medida de lo posible, más espacio a la producción periodística de estos trabajos, impulsar una gestión editorial que permita publicar en cada edición al menos un trabajo economía.

-Realizar un estudio que permita desentrañar los principales obstáculos y dificultades a los que se enfrenta el periodismo económico en el semanario ***jahora!*** y las competencias profesionales que optimizarían el tratamiento de esta temática en el mencionado rotativo.

Para lograr un cambio en las redacciones, es necesario un periodismo responsable que elimine las redes de la burocracia y del conformismo. Hay que ser creativos desde el proceso de elaboración de la agenda; variar el estilo de trabajo, armarse de herramientas investigativas, darse a respetar y demostrar que se puede realizar un periodismo económico de análisis profundo y comprometido hoy más que nunca con el ideal revolucionario que defendemos.

Bibliografía

- 1-_____ (2006). *Comisión Designada Programa Director para el reforzamiento de valores fundamentales en la sociedad cubana actual*, PCC/CC.
- 2- Aldunate, A. F. (1989). *Géneros periodísticos*. Santiago de Chile: PUC de Chile.
- 3- Alonso, M. e. (2002). *Para investigar en comunicación social*. La Habana: Félix Varela.
- 4- Arrese, A. y. (2003). *La formación del periodista económico*. Pamplona, España: Ediciones Universidad de Navarra, SA.
- 5-_____ (2004). *¿Qué se espera del Periodismo Económico? [Versión Electrónica]*. *Revista Istmo, Mayo-junio. No. 272*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2011, de www.istmoenlinea.com.mx : <http://www.istmoenlinea.com.mx>
- 6- _____ (2010). *Los siete desafíos del periodismo económico [Versión Electrónica]*. *Sala de prensa 126 Vol. 6*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2011, de periodistasdeeconomia.blogspot.com:<http://periodistasdeeconomia.blogspot.com/2010/04/los-siete-desafios-del-periodismo.html> 3.
- 7-Áviles, A. (3 de Mayo de 2008). No habrá milagros . ***jahora!*** .
- 8-_____ (28 de Febrero de 2009). El camino de 80 a 700. ***jahora!*** , pág. 8.
- 9-_____ (7 de Julio de 2009). KTP mueve sus fichas . ***jahora!*** .
- 10-Balán, C. M. (5 de Abril de 2011). A punta de lápiz. ***jahora!*** , pág. 3.
- 11-_____ (2 de Julio de 2011). A punta de lápiz. ***jahora!*** .
- 12-_____ (5 de Marzo de 2011). A punta de lápiz. ***jahora!*** .
- 13-_____ (2 de Julio de 2011). A punta de lápiz. ***jahora!*** .
- 14-_____ (7 de Mayo de 2011). A punta de lápiz. ***jahora!*** .

- 15-_____ (2 de Abril de 2011). A punta de lápiz. ***jahora!*** .
- 16-_____ (8 de Enero de 2011). A punta de lápiz. ***jahora!*** .
- 17-_____ (3 de Diciembre de 2011). A punta de lápiz . ***jahora!*** .
- 18-_____ (5 de Noviembre de 2011). A punta de lápiz . ***jahora!*** .
- 19-_____ (1 de Octubre de 2011). A punta de lápiz . ***jahora!*** .
- 20-_____ (6 de Agosto de 2011). A punta de lápiz . ***jahora!*** .
- 21-_____ (4 de Junio de 2011). A punta de lápiz . ***jahora!*** .
- 22-_____ (5 de Febrero de 2011). A punta de lápiz . ***jahora!*** .
- 23-Barredo, L., & Segura, R. (1991). *“La construcción de la noticia”*. [Trabajo de Diploma]. La Habana: Universidad de La Habana.
- 24-Benítez, J. A. (1983). *Técnica periodística*. La Habana: Pueblo y Educación.
- 25-_____ (2001). *La Noticia Integral*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.
- 26-_____ (2006). *La noticia integral (Segunda Edición)*. La Habana: Grijalbo.
- 27-Carballo, H. (2010). Periodismo Económico(Anexo de la Tesis de Diploma de Mailena Gómez). (M. Gómez, Entrevistador)
- 28-Carro Bello, C. (2009). *Desafíos del periodismo económico en Cuba*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2011, de La Tecla: <http://www.latecla.cu/e01.htm>
- 29-_____ (2009). Formación de profesionales del Periodismo. . Encuentro de la FELAFACS. La Habana.
- 30-_____ (2009). *Las mediaciones en la construcción de la agenda sobre temas económicos en medios de prensa escrita cubanos*. Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.La Habana.

- 31-Casasús, J. M. (1991). *Estilos y Géneros Periodísticos*. En R. M. Salazar Herrera, *Estilos y géneros Hacia un periodismo especializado ágil y creativo*. Universidad Nacional de San Marcos.
- 32-Castro Ruz, F. (2000). *Discurso pronunciado el Primero de Mayo*. La Habana,Cuba : Versiones Taquigráficas del Consejo de Estado .
- 33-Castro Ruz, R. (2006). *Discurso pronunciado el 26 de julio* . Camaguey: Versiones Taquigráficas del Consejo de Estado.
- 34-Coca García, C. &. (1996). *Periodismo Económico*.Madrid. Editorial : Paraninfo.
- 35-Cruz, J. L. (10 de Enero de 2009). Economía entre pronósticos y ciclones . ***¡ahora!*** .
- 36-_____ (2010). Entrevista sobre Periodismo Económico(Anexo del Trabajo de Diploma de Mailena García, Santiago de Cuba 2010). (M. García, Entrevistador)
- 37-_____ (Marzo de 2012). Periodismo Económico en el semanario holguinero. (Y. Díaz, Entrevistador)
- 38-Edith, D. &. (2008). Periodismo con buena puntería. . *VIII Congreso de la UPEC*. La Habana.
- 39-Edo, C. (2005). "Las revistas e Internet como soportes del periodismo especializado y la divulgación" . Recuperado el 24 de Noviembre de 2011, de www.ucm.es Universidad Complutense de Madrid: Disponible en la siguiente URL: <http://www.ucm.es/info/emp/Numer05/5-3-Estu/5-3-4.htm>
- 40-Elfas, C. (2008). *Periodistas especializados en ciencia: formación, reconocimiento e influencia*. Elfas, C. (2008). Periodistas especializados en ciencia: form Madrid: Universidad Carlos III,Facultad de Humanidades Comunicación y Documentación.
- 41-Estefanía, J. (2006). *Periodismo económico y periodismo social: dos caras de la misma especialidad*. Cartagena de Indias: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), .

- 42-_____ (2007). *Periodismo económico y periodismo social, dos caras de la misma especialidad*. Cartagena de Indias, Colombia: Ponencia presentada al Taller sobre los orígenes, las tendencias y las perspectivas del periodismo económico.
- 43-Esteve, F. & Moral (1993). *Fundamentos de la información periodística especializada. Síntesis*. Madrid.
- 44-Esteve Ramírez, F. (1997). *Comunicación Especializada*. Madrid: Ediciones Libertarias.
- 45-_____ (1999). *Áreas de especialización*. Madrid: Fragua.
- 46-Estupiñán, L. (20 de Enero de 2007). Para dar luz. **jahora!** .
- 47-_____ (24 de Febrero de 2007). Reto Mayor. **jahora!** .
- 48-_____ (17 de MAyo de 2008). “En busca del Granero Perdido” .
jahora! .
- 49-_____ (17 de Julio de 2010). Una caja para cambiar monedas.
jahora! .
- 50-Fernández del Moral, J. (s.f). *Los nuevos desafíos del Periodismo*. . Madrid: EditorialmlyAriel.
- 51-Fernández, A. (29 de Septiembre de 2007). A favor del demonio. **jahora!** .
- 52-_____. (14 de Abril de 2007). Campesino: Ejército virtuoso. **jahora!** .
- 53-_____. (8 de Septiembre de 2007). Invertir y Multiplicar. **jahora!** .
- 54-_____. (13 de Octubre de 2007). Mientras el hacha va y viene.
jahora! .
- 55-_____. (8 de Marzo de 2008). Reto diario. **jahora!** .
- 56-_____. (29 de Agosto de 2009). El fango guarda secretos. **jahora!** .
- 57-_____. (2 de Octubre de 2009). Facilitar la vida. **jahora!** .

- 58-_____. (4 de Abril de 2009). Moderna fábrica de hielo. **jahora!** .
- 59-_____. (14 de Marzo de 2009). Zafra compleja. **jahora!** .
- 60-_____. (10 de Diciembre de 2011). Mayor integración . **jahora!** .
- 61-_____. (Mayo de 2012). Periodismo Económico en el semanario holguinero. (Y. Díaz, Entrevistador)
- 62-Flamand, M. (9 de Febrero de 2008). Eficiencia alternativa. **jahora!** .
- 63-_____ (7 de Marzo de 2009). El CAP y las buenas noticias . **jahora!** .
- 64-Fontcubierta, M. (1993). *La noticia*. Barcelona: Paidós. .
- 65-García Canclini, N. (1984). *Introducción a la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu*. . En P. Bourdieu, *Sociología y Cultura* (págs. 9-51). Mexico: Grijalbo.
- 66-García Luis, J. (. (2001). *Ética y deontología*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- 67-_____ (2002). *Géneros de opinión (3ra ed.)*. La Habana: Pablo de la Torriente. .
- 68-Gargurevich, J. (1989). *Géneros Periodísticos*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.
- 69-_____ (2003). *Géneros Periodísticos*. Gargurevich La Habana: (Tomado de Editorial San Marcos, Lima, Perú): Pablo de la Torriente.
- 70-Gómez Jiménez, M. M. (2010). *Periodismo económico:práctica actual necesaria visión*. Tesis de Diploma,Universidad de Santiago de Cuba.
- 71-González García, C. A. (2003). *Especializacion en el periodismo, una tendencia en el mundo de hoy*. En c. M. Rodríguez Betancourt, *Tendencias del periodismo contemporáneo* (pág. 80). La Habana: Pablo de la Torriente Brau.
- 72-González, C. (22 de Julio de 2009). Insignia del níquel. **jahora!** .
- 73-_____ (22 de Julio de 2009). Más generación eléctrica . **jahora!** .

- 74-González,R (12 de Diciembre de 2009). Multiplicar peces. **jahora!** .
- 75-_____ (9 de Mayo de 2009). Papas con frío. **jahora!** .
- 76-_____ y Ruíz,Y (21 de Marzo de 2009). Gastar con A de ahorro. **jahora!** .
- 77-_____ (3 de Julio de 2010). Como Sagua para chocolate. **jahora!** .
- 78-_____ (24 de Septiembre de 2011). Zafra de oro colorado. **jahora!** .
- 79-Horruitiner Silva, P. (2006). *La Universidad cubana: el modelo de formación*. La Habana: Félix Varela.
- 80-Islas, O. (Comp) (2004). *Internet, utopía y panóptico de la Sociedad de la Información*. Recuperado el 24 de 11 de 2011, de Sala de Prensa Revista electrónica], 63, Año V, Vol. 2.: <http://www.saladeprensa.org/art515.htm>
- 81-Kelleghan, K. (1998). *Periodismo económico* . México D.F: Trillas.
- 82-Legrá, M. (14 de Marzo de 2009). Pesada Carga. **jahora!** .
- 83-Legrá, M. d.L.(29 de agosto de 2009). Sin tiempo que perder . **jahora!** .
- 84-Marrero, J. (2003). *Dígase la palabra moral. Rescate de un periodismo digno y veraz*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- 85-_____ (2003a). *Dos siglos de periodismo en Cuba. Momentos, hechos y rostros*. La Habana : Pablo de la Torriente Brau.
- 86-_____ (2006). *Congresos de periodistas cubanos*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- 87-Marrón, K. (19 de Julio de 2008). Los hombres del Planeta Rojo. **jahora!** .
- 88-_____ (3 de Octubre de 2009). “Producir lo propio”. **!jahora!** !, pág. 4.
- 89-Martí, J. (2000). *Cuadernos Martianos(Comp)* La Habana: Editorial Félix Varela .
- 90-Martín Serrano, M. (1977). *La mediación social*. Madrid: Editorial Akar.

- 91-_____ (1986). *La producción social de comunicación*. Madrid: Editorial Alianza.
- 92-Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilí, S.A. .
- 93-Martínez Albertos, J. L. (1984). *Curso general de redacción periodística*. Barcelona: Mitre.
- 94-_____ (1987). *Teoría Normativa de los Géneros*. Barcelona: Paidós.
- 95-Martínez, R. (18 de Febrero de 2010). Entrevista acerca de Periodismo Económico(Anexo de la Tesis de Diploma de Mailena García, Santiago de Cuba, 2010). (M. García, Entrevistador)
- 96-_____ (Abril de 2012). Periodismo Económico en el semanario holguinero. (Y. Díaz, Entrevistador)
- 97-Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad [Versión Electrónica], Capítulos I, IV y V*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2011, de w.w.w.nombrefalso.com.ar:
<http://w.w.w.nombrefalso.com.ar/apunte.php?id=26>
- 98-Meneses Fernández, M. D. (2007). *En torno al Periodismo especializado. Consensos y disensos conceptuales*. Tenerife.: Universidad de la Laguna.
- 99-Oliva Leyva, A. R. (2010). *Lágrimas en la lluvia. Caracterización del Periodismo Cultural en el suplemento ÁMBITO*. Holguín: Oliva Leyva, A. R. (2010). Lágrimas en la lluvia. Caracterización del PerTesis de Grado, Universidad de Holguín, Facultad de Ciencias Sociales.
- 100-Orozco, G. (1991). *La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva. Diálogos de la Comunicación., No. 30, pp. 55-63* 29.
- 101-_____ (2003). La investigación de la recepción y la educación para los medios: hacia una articulación pedagógica de las mediaciones en el proceso comunicativo. En M. Recio, Orozco, G. (2003). *La investigación de la*

recepción y la educación para los medios: hacia una articulación pedagógica de las mediaciones en Educación para la comunicación. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.

- 102-Parra, F (8 de Agosto de 2010). 28-8 2010 Comentario Subsidios¿Adiós al humo? **jahora!** .
- 103-_____ (2011). *Entre la teoría y la vida real. El intrínquilis del Periodismo económico: ¿cómo escribir teoría con claridad y proyección?* Holguín: Ponencia presentada en el Festival Provincial de la Prensa .
- 104-_____ (4 de junio de 2011). Control al descontrol . **jahora!** .
- 105-_____ (18 de Junio de 2011). Produce más, gana más . **jahora!** .
- 106-_____ (21 de Mayo). Holguín puede . **jahora!** .
- 107-Peña Herrera, L. (2010). *Generalismo o Especialización: la manzana de la discordia en el centro de la práctica periodística en temática cultural.* Santiago de Cuba .: Santiago de Cuba: Tesis de Grado .
- 108-Pérez, I. (2011). *El Periodismo Literario en el Semanario jahora! !: ¿oasis o espejismo?* ,Trabajo de Diploma,Universidad de Holguín ,Facultad de Ciencias Sociales. Holguín.
- 109-Pichs, L. (11 de Julio de 2009). Lección de ahorro. **jahora!** .
- 110-_____. (6 de Junio). Cerrando grietas. **jahora!** .
- 111-_____, & González, R. (1 de Septiembre de 2007). “Los caminos de la leche”. **!jahora!** !, págs. 4-5.
- 112-Piñeiro, D. L. (2009). *Trabajo de Diploma , Trabajadores: fiel exponente de la realidad.* Universidad de La Habana.
- 113-Ricardo, C. (31 de MAyo de 2008). Dos monedas: un país. **jahora!** .
- 114-_____ (19 de Diciembre de 2009). Atacar de frente. **jahora!** .
- 115-_____ (19 de Septiembre de 2009). De cara a la tierra. **jahora!** .

- 116-_____ (29 de Agosto de 2009). Pérdidas por decreto . **jahora!** .
- 117-_____ (31 de Enero de 2010). El desconocido y atractivo Superávit.
!jahora! !
- 118-_____ (28 de Agosto de 2010). La economía holguinera sobre el tapete. **jahora!** .
- 119-_____ (2 de Octubre de 2010). Rumbo a la zafra 2011. **jahora!** .
- 120-_____ (29 de Enero de 2011). Su parte cuenta en la moneda única.
jahora! .
- 121-_____ (5 de Febrero de 2011). Zafra azucarera buenos augurios.
jahora! .
- 122-_____ (5 de Febrero de 2011). Zafra azucarera buenos augurios.
jahora! .
- 123-_____ (marzo de 2012). Periodismo Económico en el **jahora!** ! (Y. Díaz, Entrevistador)
- 124-Rodrigo Alsina, M. (2005). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós .
- 125-Rodríguez Betancourt, M. (2005). *Tendencias del periodismo contemporáneo. Selección de lecturas*. La Habana: Pablo de la Torriente. .
- 126-_____ (s.f). *Periodismo Especializado ¿Una fase superior? Periodismo Especializado (pág. 1)*. . La Habana: Universidad de La Habana.
- 127-Rodríguez, N. (21 de Febrero de 2009). Pa´ que dé la cuenta . **jahora!** .
- 128-_____ (2 de Octubre de 2010). Antioxidantes “mantienen la línea”.
jahora! .
- 129-_____ & Gonzalez, R. (13 de Marzo de 2010). A buen recaudo.
!jahora! !, pág. 5.
- 130-Ruíz, Y y Guetón,G (16 de Enero de 2010). Continúa Revolución Energética.
jahora! .

- 131-Sánchez Ruíz, E. (s.f.). Apuntes sobre una metodología histórico-estructural (Con énfasis en el análisis de medios de difusión). *Revista Comunicación y Sociedad No.10-11*, 11-50. .
- 132-Sexto, L. (2005). *Cuestión de estilo. Notas de clase sobre composición periodística*. La Habana: Pablo de la Torriente. .
- 133-Shoemaker, P. y. (1994). *La mediatización del mensaje. Teorías de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*. México: Diana. .
- 134-Tellería Toca, E. (1986). *Diccionario periodístico*. Santiago de Cuba: Oriente. .
- 135-Tembras, R. (2006). *La escuela cubana de Periodismo en la hora crucial del periodismo nacional: una mirada desde la academia. Tesis de Diploma*. La Universidad de La Habana , Facultad de Comunicación, La Habana.
- 136-Terrero, A. (2010). Periodismo Económico(Anexo de la Tesis de Diploma de la estudiante Mailena Gómez). (M. Gómez, Entrevistador)
- 137-Thompson, J. B. (1993). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítico-social en la era de la comunicación de masas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- 138-Van Dijk, T. (1997). *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II. Introducción multidisciplinaria*. . Barcelona. : Gedisa.
- 139-Vera, E. y. (2007). *El periodismo y la lucha ideológica*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau .
- 141-Wolf, M. (2002). *La investigación de la comunicación de masas. (Tomado de Editorial Paidós, S.A, España)*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.
- 142-Zardúa, A. (2005). *El filtro de la lupa. Tesis de Diploma*. La Habana: Universidad de La Habana. .

Anexo I

Guía para el análisis de contenido.

1. Temas

1.1 Agricultura

1.1.1 Producción de alimentos

1.1.2 Ganadería

1.1.3 Asociación Nacional de Agricultores Pequeños (ANAP)

1.2 Zafra

1.2.1 Azucarera

1.2.2 Cafetalera

1.3 Electroenergética

1.3.1 Revolución Energética

1.4 Trabajo

1.4.1 Formas de Trabajo no estatal

1.5 Transporte

1.5.1 Transporte de Carga

1.6 Producción Mercantil

1.7 Producción de Bienes y Servicios

1.7.1 Subsidios

1.8 Sustitución de Importaciones

1.9 Industria Sideromecánica

1.10 Minería

1.11 Industria Alimentaria

1.12 Turismo

1.13 Finanzas y Precios

- 1.13.1 Dualidad Monetaria
- 1.13.2 Casas de Cambio
- 1.13.3 Sistema Tributario
- 1.13.4 Presupuesto
- 1.13.5 Contabilidad y Control Interno
- 1.14 Economía Mundial
- 1.15 Plan Especial
- 1.16 Educación económica

2. Utilización de recursos visuales

- 2.1 Fotografía
- 2.2 Gráficos
- 2.3 Otros

3. Procedencia del tema que trata el trabajo periodístico:

- 3.1 Internacional
- 3.2 Nacional
- 3.3 Provincial
- 3.4 Municipal

4. Grado de especialización o conocimiento en cuanto al acontecimiento o el tema:

- 4.1 Nivel de profundidad
 - 4.1.1 Análisis del hecho. Causas y consecuencias
 - 4.1.2 Manejo de conceptos y categorías del campo económico
 - 4.1.3 Utilización de la metodología del periodismo de investigación
 - 4.1.4 Documentación del tema
- 4.2 Contextualización
- 4.3 Uso profuso de fuentes
- 4.4 Tipo de fuentes consultadas:

4.4.1 especializadas

4.4.2 no especializadas

4.4.3 Institucionales

4.5 Enfoque

4.5.1 Informativo

4.5.2 Evaluativo o de opinión

4.5.3 Interpretativo

Anexo II

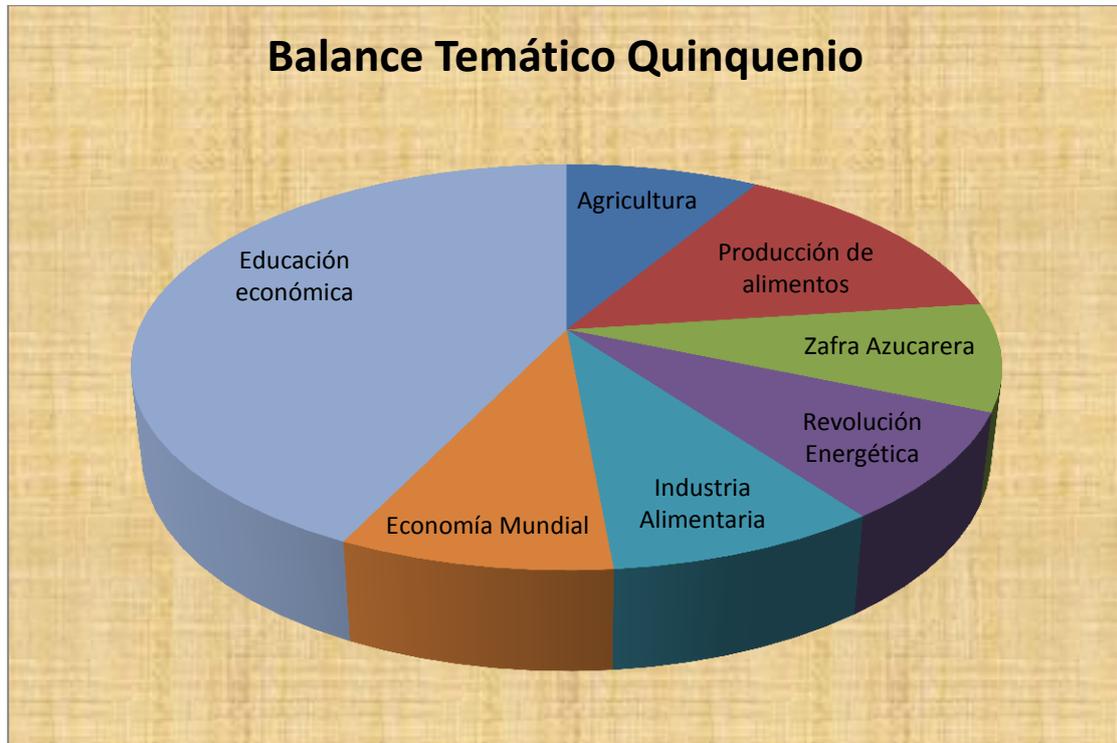


Fig1. Balance Temático Quinquenio⁷
Fuente: Elaboración propia

⁷ Para la realización de este gráfico se tuvo en cuenta solo las temáticas más representadas ,a partir del hecho que son muchas las categorías económicas analizadas(Véase Guía de Análisis de Contenido)

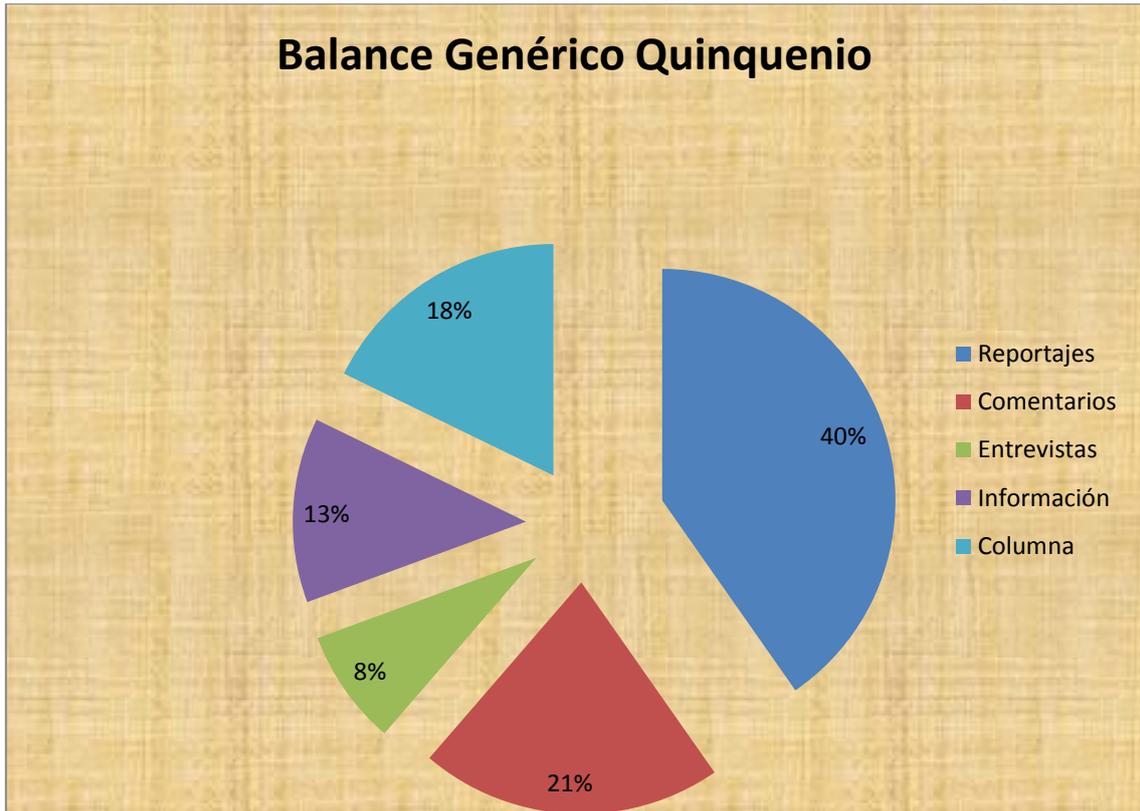


Fig2. Balance Genérico Quinquenio

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo III

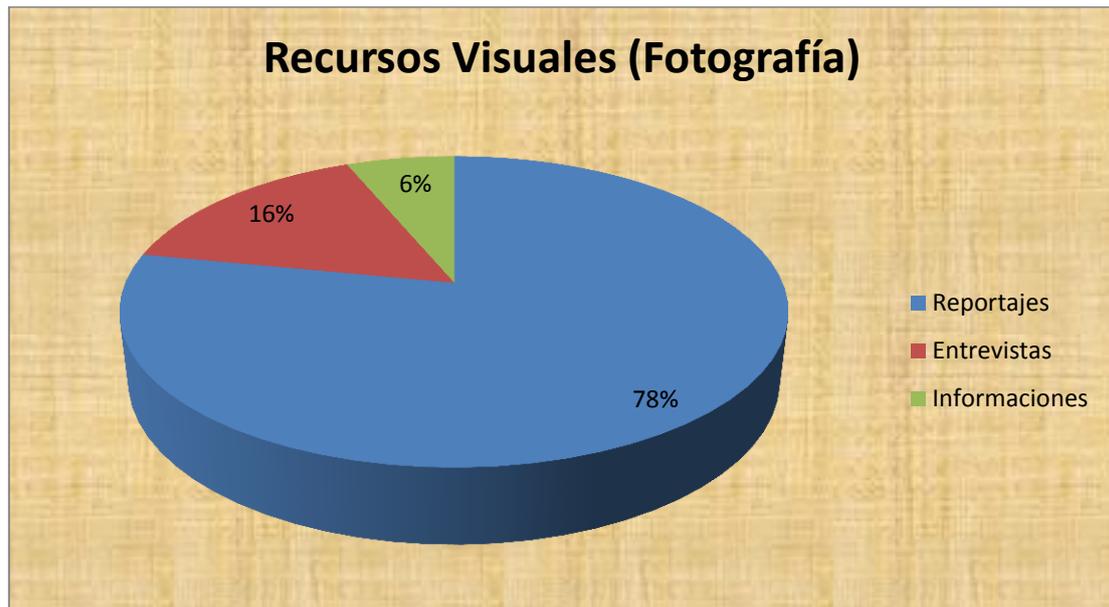
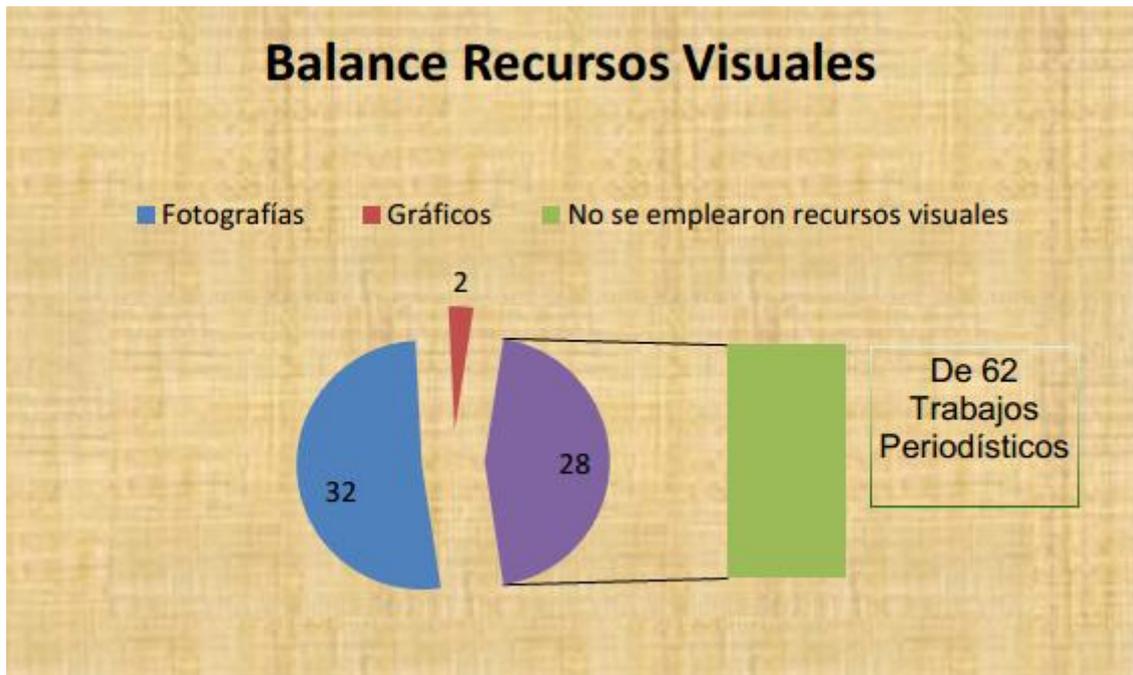


Fig.3 y 4 Balance de Recursos Visuales

Fuente: Elaboración Propia

Anexo IV

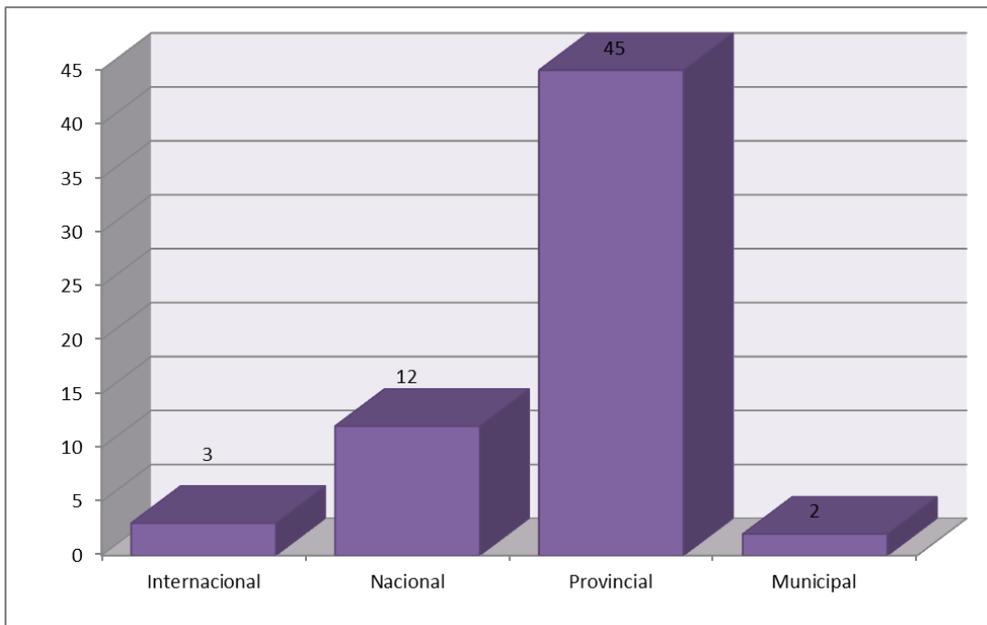


Fig. 5 Procedencia del Tema

Fuente: Elaboración Propia

Anexo V

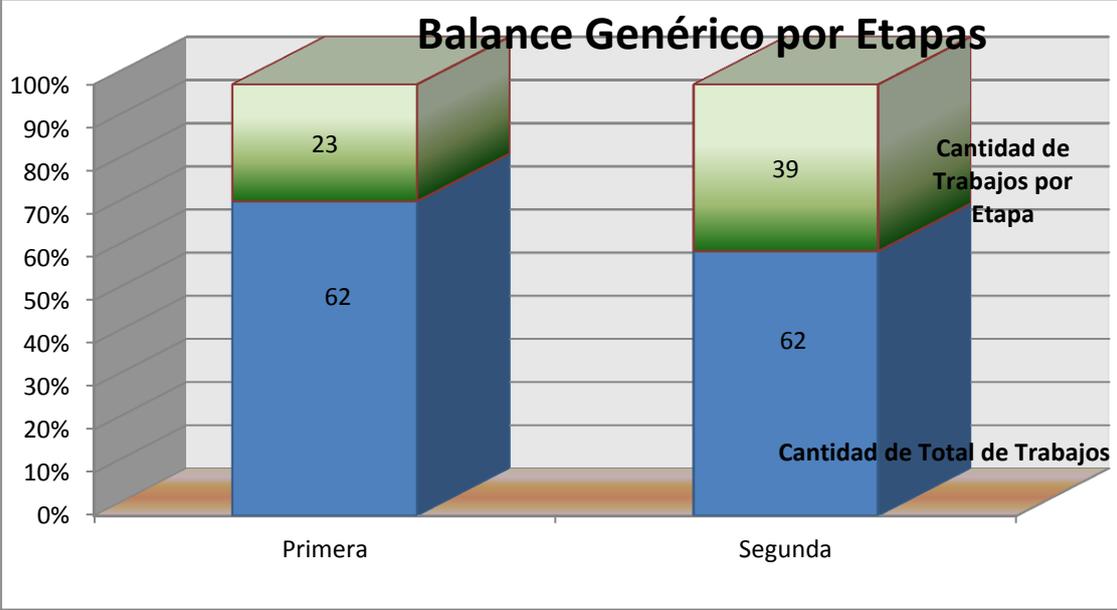


Fig.6 Balance Genérico por Etapas

Fuente: Elaboración Propia.

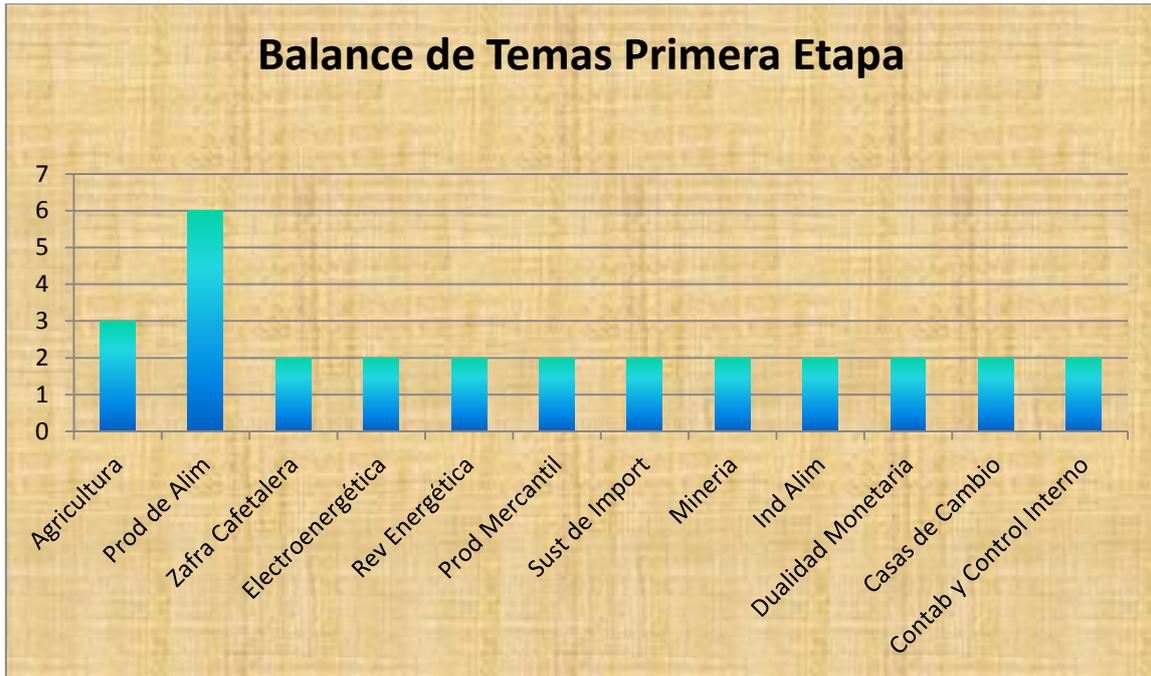


Fig.6 y 7 Balance Temático por Etapas⁸

Fuente: Elaboración Propia.

⁸ En este caso se tomaron solo las más representadas, las demás temáticas solo contaban con un solo trabajo.

Anexo VI

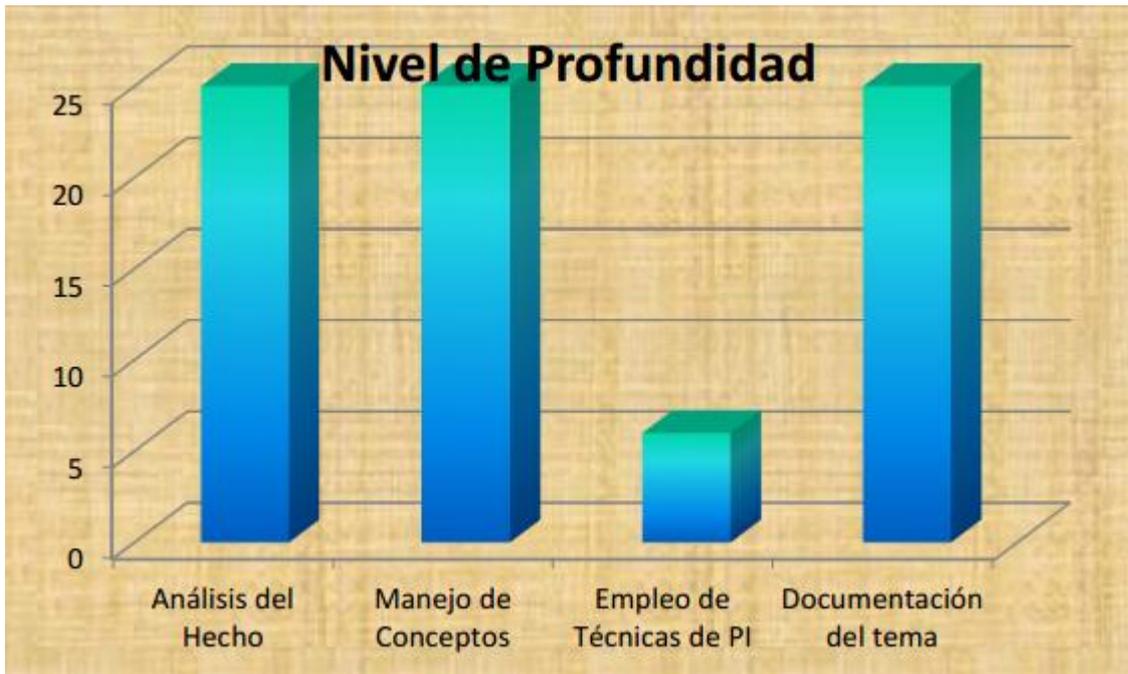


Fig.8 y 9 Grado de Especialización (Nivel de Profundidad)

Fuente: Elaboración Propia.

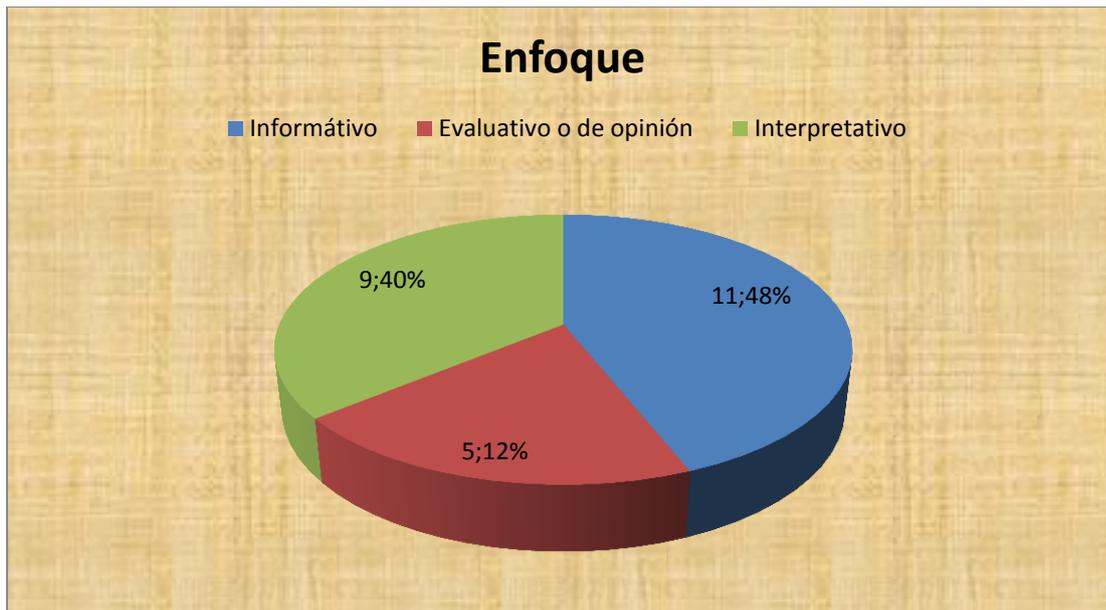


Fig.10 Grado de Especialización (Enfoque)

Fuente: Elaboración Propia.



Fig.11 Tipo de Fuentes Consultadas

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO VII

Entrevista a Cleanel Ricardo Tamayo: Se graduó de Periodismo en la Universidad de Oriente en el año 1975. Treinta y ocho años de labor profesional en el periódico han sido dedicados, con mayor prioridad, al tratamiento de los temas económicos. *El profe*, especialista en temas de zafra, ha devenido fuente viva de conocimiento para las nuevas generaciones de periodistas.

1-¿Qué entiende por periodismo económico?

En el mejor sentido de la palabra es el tratamiento dentro de nuestros medios y usando los géneros periodísticos del tema que tiene que ver con el acto de la producción material y los servicios.

2-¿Cuán difícil puede ser para un periodista escribir trabajos sobre economía?

Escribir trabajos sobre economía no es lo más difícil, yo diría que lo más difícil es prepararse para poder hacerlo con eficiencia. La dificultad radica en ese mundo que no siempre refleja lo que está al doblar de la esquina, sino que existe una teoría económica de la que hay que aprender para después poder enfocarla con criterios propios. Todo ello te llama a un reto permanente, a la superación constante.

3-¿Cuáles son los temas económicos más tratados?

Son aquellos que responden al acto productivo que está a nuestro alcance, digamos zafra azucarera, cafetalera, la sustitución de importaciones y los menos recurrentes son sin dudas los referidos a la Teoría Económica.

4-¿Considera importante la realización del periodismo económico en el periódico?
¿Por qué?

Yo no diría que es importante, es vital. La base de la pirámide es la economía, es trascendental que los periodistas de un país en desarrollo comprendan que sin economía no hay más nada posible en este mundo tan convulso en el que vivimos.

5-¿Cómo valora el tratamiento a los temas económicos en el semanario?

Hoy por hoy, en el semanario el tratamiento a los temas económicos es una de las marcas que nos caracteriza, son cada vez más jóvenes los periodistas que los tratan; es hoy, será mañana y será siempre brújula en el periodismo nuestro.

6-¿Cuáles son los géneros periodísticos que emplea para la realización de los trabajos de acontecer económico?

Podemos emplear cualquier género, pero por experiencia el más utilizado para el análisis de un hecho económico y el arribo de conclusiones, es el reportaje, no solo por ser el género de géneros, sino porque logras el tratamiento integral de un tema, analizando todas las aristas, criterios de especialistas en la materia, apoyándote en las gráficas, utilizando la confluencia de varios géneros buscando apoyo en todos los aspectos hasta lograr que el lector tenga la aproximación más exacta de tu enfoque en relación con el tema. En el semanario también se aprecia la presencia del comentario.

Marzo del 2012

Entrevista a Annia Fernández: Ingeniera de profesión, periodista de vocación con una trayectoria avalada por la calidad de los trabajos periodísticos sobre economía dentro de los que se aprecia una gran capacidad de análisis y profundidad en el tratamiento de estos temas.

1-¿Qué entiende por periodismo económico?

Bueno, a mí no gusta exactamente la definición, para mí, todo periodismo tiene que tener y lo tiene en esencia un carácter o por lo menos matices que están relacionados con esto. Porque la economía es una ciencia que es tan importante en sectores, por ejemplo educación, salud, en todos los sectores de la vida cotidiana, incluso en el hogar, en la contabilidad de bodeguita, como nosotros decimos, la economía tiene que ver. Entonces a mí el termino periodismo económico particularmente en un criterio muy personal no me gusta, porque yo pienso que términos económicos, razones económicas le viene bien a cualquier sector y cuando al periodista en realidad está interesado en conocer y profundizar un tema, tiene que llegar a esos términos y matices económicos que son importantes.

2-¿Cuán difícil puede ser para un periodista escribir trabajos sobre economía?

Hay trabajos más difíciles que otros, porque hay cosas que tiene aristas muy complejas, tú tienes que prepararte realmente para conocer porque a veces vas a evaluar los resultados, estás viendo incluso un informe o la persona te está dando datos y dices mira que bien, pero cuando tienes conocimientos te das cuenta que la productividad por ejemplo no es la que pudiera tener, que los rendimientos por caballería no son los que debieran ser y a veces uno se va con la de trapo, como nosotros decimos en buen cubano pensando que vas a reflejar hechos económicos o vas a reflejar razones productivas importantes y en realidad cuando lo comparas con cómo debía ser y no es o sea que el periodismo económico necesita y no periodismo todo periodismo necesita preparación, tiene que estar preparados, es difícil desde el punto de vista que necesitas más análisis, necesitas más estudio, necesitas tiempo para tu poder comparar, por ejemplo hacer una comparación de los años 80 y estos años, o comparación de los años 90 con estos necesitas preparación, todos los trabajos de periodismo deben tener un componente que reflejen eso, reflejen la economía.

3-¿Cuáles son los temas económicos más tratados en el semanario?

Por lo general asuntos de la contabilidad, las situaciones financieras de algunas entidades, años atrás también se reflejaban cosas con menos intensidad, mira aquí se han hecho trabajos incluso de los productos ociosos que están en almacenes, el periódico siempre ha tenido un trabajo sistemático en eso, fíjate que yo incluso creo que antes de que se le diera el valor que se le está dando ahora a los temas relacionados con la economía y la producción partiendo de que la economía es la base de todo, no se puede hacer una superestructura sino hay una base económica real, que antes de eso ya en el periódico ¡ahora! se realizaban trabajos que apuntaban hacia definir exactamente cuáles eran los problemas, por ejemplo, situaciones con las inversiones, nosotros hemos hechos trabajos mucho antes de que se pidiera que se profundizara en esos temas, el periódico ha sido consistente en ese sentido, puedes revisar incluso trabajos de los años 90, de los primeros años del 2000 te darás cuenta de que el periódico ¡ahora! siempre ha sido incisivo en los temas relacionados con la productividad, la economía, con los términos financieros.

4-¿Considera importante la realización del periodismo económicos en el periódico y por qué?

En este momento yo creo que es importantísimo sobre todo por la actualización del modelo económico y por el papel que tiene que jugar la prensa precisamente en ese perfil para que, para ir que la prensa juegue más bien un papel de realzar lo que tiene que realzar y criticar lo que tiene que criticar, un poco como dice Buena Fe que hay que ser incendiarios de lo que hace falta y bombero de la que hay que apagar.

5-¿Y usted cree que años atrás se le concedía el mismo valor a los temas económicos en el semanario?

Yo pienso que el valor como tal sí, lo que sucede es que ahora apoyado por la actualización del modelo, por lo que han planteado los Lineamientos se le da más peso al trabajo que antes, pero que se hacía, se hacían estos trabajos, en estos momentos por la coyuntura histórica que estamos viviendo, por el momento histórico que estamos viviendo que afortunadamente el país se dio cuenta de que en realidad necesitamos un periodismo más crítico, un periodismo que mostrará las deficiencias

y dificultades que tiene nuestro modelo económico, lógicamente en aras de perfeccionarlo, no de modificarlo no de cambiarlo, sino de irlo perfeccionarlo.

6- ¿Cómo valora el tratamiento de los temas económicos en el semanario?

Considero que es bueno.

7-¿y años atrás, por ejemplo del 2007 en adelante?

Ha sido mucho más evidente, pero como te decía ahorita, si tu revisas te darás cuenta que el periódico ha sido consecuente con una línea editorial que siempre le ha dado peso a la preocupación del holguinero, a la preocupación del cubano y siempre la máxima preocupación de nosotros ha sido la vida social, desde el 2005 aquí se está trabajando la política económica.

8-¿Qué sugeriría para mejorar el tratamiento general de estos temas en el semanario?

Yo pienso que no se pueden encasillar los periodistas, no pueden decir que Annia, Cleanel, Froilán y ahora Dianet son los que hacen periodismo económico, como te decía ahorita que no me gusta el término periodismo económico, yo pienso que los que atienden cultura, los que atienden salud tienen que ir a eso, a esas cosas que están relacionadas con la economía y sobre todo usar un lenguaje que sea asequible porque si no el lector pasa la página y no te lee, tú tienes que relacionarlo, el periodista tiene que tener la habilidad de relacionar lo que quiere decir de economía relacionarlo con la vida cotidiana, que el hombre sepa cuánto cuesta una operación por ejemplo, o cuánto en realidad cuesta el Eddy Suñol y por qué la papeleta cuesta \$ 10.00, son cosas que se pueden perfeccionar, porque en todos los sectores hace falta la economía, entonces todos los periodistas debieran hacer un poco más de periodismo económico.

9- ¿Por qué en muchos de los casos no se le ofrece seguimiento a un tema?

Hay casos que si se le hace seguimiento, hay otros en que tu denuncias lo que está sucediendo, tu expones la situación y bueno por razones editoriales porque muchas veces no te lo piden o tu por razones de espacio quizás estas limitado, hay temas que se le da seguimiento la contabilidad, por ejemplo de las empresas que en

Holguín no tienen contabilidad, ha sido un tema que se ha tratado aquí en varias oportunidades.

10-¿Cuáles son los géneros periodísticos que emplea para la realización de los trabajos del acontecer económico?

Yo he hecho entrevistas, reportajes y comentarios sobre todo, nunca se me ha ocurrido hacer una crónica y ese tipo de género que no se presta, tu sabes que el reportaje es la madre, resume todos los géneros, no quiere decir que no haya usado alguna vez una entrada en algún reportaje grande que esté relacionado un poco con la crónica, pero como género nunca.

11-¿Qué vio usted en el comentario a la hora de tratar los temas económicos?

Que es un género limpio de opinión, el comentario por excelencia es el género donde tu expresas tú criterio y por lo general no pones a otra fuente a dar su criterio y a contraponerlo con lo que tú dices, es el género donde tu estas expresando tus ideas limpiamente y algunas temáticas económicas realmente necesitan una opinión que a veces está dentro de un reportaje pero no está expresada tan limpiamente, sino que esta contrapuesta con otro.

Muchas Gracias.

Entrevista a Jorge Luis Cruz Bermúdez: Graduado de Comunicación Social en la Universidad de Oriente, en el 2001. Lo avala el oficio de ocho años como subdirector informativo del periódico *jahora!*, de Holguín. Actual director del semanario.

1--¿Qué entiende por periodismo económico?

Yo no creo en las etiquetas en el periodismo, para nada, es solo periodismo, periodismo que aborda dentro de su amplio diapason la realidad económica y que como cualquier temática puede ser tratado a través de diferentes géneros y dentro de ellos uno de los que más se emplea es el artículo de opinión, aunque en Cuba sería muy pretencioso hablar ya que comenzamos recientemente a reordenar el país en esa dirección.

2-En el año 2011 se incorpora una nueva sección A punta de lápiz

En el país se estaba hablando de transitar hacia una cultura económica y nada más elemental que crear un espacio fijo para tratar temas económicos, primero antes que informar creo que lo primero en economía debería ser formar, explicar conceptos económicos

3- ¿Considera Ud. imprescindible el tratamiento de temas económicos en el semanario?

Sí, no solo por el leitmotiv del gran empuje de los temas económicos que le estamos dando, sino porque la esencia del periodismo es precisamente de que ningún tema de la sociedad le es ajeno, y el tema económico está en cada una de las cuestiones que nosotros hacemos, es un tema ineludible, la temática económica tiene que ser por fuerza mayor tratada por los medios de prensa, incluso ir un poquito más allá ,ir al análisis referido al diagnóstico de la sociedad actual, como faro y guía del país para seguir adelante.

4-¿Cree Ud. que existe necesidad o no de una especialización para informar sobre temas económicos?

No creo que se necesite especialización, se necesita preparación. Yo en lo personal, como directivo quiero tener periodistas con conocimiento, no solo porque me convenga, hoy tengo un periodista que trate temas económicos pero me interesa cubrir dos acontecimientos en un mismo tiempo y no lo puedo dividir en dos, yo lo que necesito es más preparación de cada uno, no llenarme de especialistas en cada sector.

5-¿Qué importancia cree Ud. que tiene el periodismo económico para el desarrollo económico – social y cultural de la sociedad cubana?

De gran importancia a partir del análisis de los temas, el papel de nosotros, el que nos corresponde es ir puliendo cada uno de los detalles que en estos momentos la batalla económica necesita. Lo que refuerza cada vez más el papel de la prensa en las medidas que se están tomando, a la hora de aunar criterios, de decir esto se está haciendo de tal manera, buscar la opinión de terceros que hace falta y poder encauzarlas con criterios propios.

6-¿Qué características debe de tener un periodista a la hora de escribir temas económicos?

El periodista cuando vaya a escribir tiene que tener primero conocimiento, debe tener un nivel de información para a partir de ahí poder realizar sus propios análisis

Muchas Gracias

Entrevista a Rodobaldo Martínez Pérez: Se graduó de Periodismo en la Universidad Oscar Lucero Moya, desde el año 1979. Labora como periodista hasta 1982. En los cuatro años siguientes se desempeña como corresponsal del periódico Juventud Rebelde. A partir del año 1988 trabaja en el Partido Provincial como el funcionario que dirige la sección de política informativa. Fue por más de 20 años Director del periódico **jahora!**. Profesor de Técnicas de Dirección en la Carrera de Periodismo.

1-¿Cómo incorporan los temas económicos en cada edición?

***jahora!** , siempre, distingue el tratamiento de la temática económica en su sentido más general, con la singularidad de destacar su reflejo Cada vez más la temática económica, asume un gran reto: informar. Esa es la primera misión para **jahora**, aunque estamos aún por detrás de lo que requerimos: informar con rapidez y precisión. Debemos evitar las inexactitudes, y tratar la información y y luego dar continuidad en el comentario, el periodismo de investigación y el análisis, El semanario siempre quiere darle a sus receptores lo que está pasando en el caso de la economía, y como los cambios repercuten en su vida. Buena información ese es el primer reto para la temática económica, después las otras cosas, y tener profesionales preparados para hacer el análisis de lo que está ocurriendo, muy apegado a la gente.*

2- ¿Cómo se realiza el proceso de selección de los temas?

Debe ser siempre acorde con lo que acontece en esos momentos, regidos por los planes temáticos y la agenda de cada edición.

3- En el año 2011 se incorpora una nueva sección A punta de lápiz, ¿qué repercusión ha tenido esta columna?

***jahora!** rescató el columnismo en el periodismo cubano en la década del 80 del siglo pasado. Al percatarnos de la necesidad de lograr una cultura económica en la población y por orientación del Partido en la provincia, rector de la Política Informativa en Cuba, surge esta columna, que lamentablemente, debe de salir una vez al mes, en este caso el primer sábado, por solo contar con 8 páginas en cada edición, con el objetivo de ayudar a los receptores holguineros a entender las realidades actuales de la economía cubana. Y este reto de analizar lo que ocurre en*

*la principal temática del país lo confiamos en un colaborador de renombre, el Presidente de los Economistas de la provincia y de la Comisión del Comité provincial del Partido, como una conquista analizada de los Congresos de la UPEC, para que los funcionarios tengan espacio en la prensa, para que participen en la información y en el análisis de la información que se da. Sostengo que fue una excelente elección a favor de los receptores de **jahora!**, pero los demás miembros del colectivo pueden, libremente, tratar el tema.*

4-¿Cuáles son los temas más tratados de corte económico, los menos tratados tradicionalmente?

En mi criterio es sistematicidad lo que se requiere en todo el abanico de la temática económica y defender los espacios fijos para el que tenga interés vaya y busque su información, como sucede con otras temáticas. O sea que cada edición debe tener esa presencia según el impacto en la sociedad o la necesidad de motivar sobre cualquier asunto

5-¿Qué características posee el discurso periodístico sobre temas económicos?

La economía es hoy en Cuba el escenario principal para el trabajo político ideológico, el eslabón estratégico más importante para nuestro discurso periodístico, que exige de los periodistas una constante superación .Es básico para ese proceso cubano de hoy el acompañamiento crítico, reflexivo, de investigación, precisión e informativo desde la prensa cuando para la actualización del modelo económico y social de la Revolución y el Partido se acomete la implementación de los Lineamientos, aprobados por el VI Congreso del Partido, enriquecidos y apoyados por la inmensa mayoría de nuestro pueblo, y de los Objetivos de la Primera Conferencia Nacional.

Cualquiera percibe el altísimo contenido ideológico de las opciones que acontece en ese terreno definitorio para la continuidad del socialismo cubano, pero deben ir de la mano con pasos coherentes en lo político, lo ideológico, lo cultural, lo educativo, y la prensa puede aportar al marco general regulatorio en ese equilibrio para lograr una sociedad mejor y que la ideología se fortalezca en cada espacio. Los fenómenos económicos están en toda la vida social e impactan a todos y

nuestro discurso periodístico debe reflejarlo así y contribuir a viabilizar esa profunda transformación sin descuidar en ningún momento la vida espiritual de la nación. El discurso periodístico es el encargado de decidir eficazmente sobre los contenidos, calidad profesional, referente a las políticas concretas que concluyen cómo se hace des la prensa, sin que se dicten desde afuera para enriquecer las competencias profesionales.

6- ¿Considera Ud. imprescindible el tratamiento de temas económicos en el semanario?

El reflejo del tema económico es mayor en el semanario y requiere cada vez más su perfección.

7-¿Cuáles considera Ud. son las funciones del periodista económico cubano de acuerdo características específicas de nuestra sociedad socialista?

Pensamos a veces que abordar este tema en los medios solo consiste en reflejar hechos cuyas causas y consecuencias impactan en la economía internacional, de un país o grupo de ellos. O lo asociamos exclusivamente con el periodismo originado a partir de lo dicho por las instituciones que deciden, proponen, ejecutan, controlan o estudian las políticas económicas de una nación o de los organismos internacionales rectores en la materia. Y, por supuesto, muchas veces creemos que para ejercerlo bien, necesariamente debemos utilizar muchos términos especializados de las ciencias económicas, datos y estadísticas.

Sin embargo, todo problema social, político e incluso cultural, en su sentido más amplio, puede y debe verse también desde ese prisma. De modo que para lograr una aproximación lo más exacta posible a cualquier ámbito de la cotidianidad, un periodista –independientemente de su ubicación dentro de la estructura organizativa temática del medio–, debe ser capaz, al menos, de vincular y comprender de modo elemental los procesos económicos que ocurren en el ámbito de su competencia; así como de emplear los términos técnicos que los describen y saber dónde localizar información fidedigna para evaluar dicho comportamiento, emitir juicios propios y asumir una posición crítica ante la información ofrecida por las diversas fuentes.

O sea, no tenemos que ser economistas para tener un sentido económico de la realidad. Con frecuencia suponemos que el periodista especializado en temas económicos debe ser un profesional híbrido, con tanto dominio de esa ciencia como quienes estudian y ejercen una carrera universitaria afín. Por eso, no es extraño que nos envíen a pasar tantos cursos, diplomados y hasta maestrías concebidos para profesionales de especialidades económicas, o impartidos por ellos, lo cual, por cierto, tampoco nos viene mal.

No obstante, si son bien empleadas las habilidades y técnicas del periodismo (dominio correcto del idioma; capacidad de análisis crítico, exposición y síntesis; uso correcto de las fuentes, etcétera), cualquier profesional de nuestra disciplina puede acercarse a un problema social con implicaciones o antecedentes de naturaleza económica, incluso con una perspectiva integradora más eficaz, desde el punto de vista de la comunicación con el público, que cuando ese abordaje se intenta con el lenguaje técnico de las ramas económicas. Sencillamente, para hablar de economía debe hacerse lo mismo que en cualquier otro “tipo” de periodismo, con una salvedad: tal vez requiera ser más exhaustivo, exacto, cauteloso y menos ingenuo.

Muchas gracias

Entrevista a Carlos Manuel Balán: Director de la Consultoría de la Asociación Nacional de Economistas y Contadores de Cuba (CANEC) en Holguín, y presidente de la Comisión Económica del Comité Provincial del Partido. Escribe actualmente “A punta de lápiz”.

1-En el año 2011 se incorpora una nueva sección “A punta de lápiz”, ¿cómo escribir sobre economía?

Yo soy colaborador de la prensa, no soy periodista, soy economista, trato en primer lugar de tener coherencia entre lo que conozco de economía lo que pienso y lo que voy a escribir. En la columna introduzco temas que sean de actualidad, la economía tiene sus complejidades, tiene sus técnicas, usualmente los que escriben de economía llenan espacios de muchas cifras y también de tecnicismos que no facilitan la comprensión plena de los temas económicos. Cuando escribo A punta de lápiz, lo hago en función de lo que estoy observando a mí alrededor, aunque siempre escojo temas relacionados con los lineamientos económicos, comienzo hilvanando una idea y de ahí trato el tema. Sin dudas para escribir de economía lo primero que hay que tener es conocimiento sobre ella, el periodista no tiene que necesariamente ser economista pero si especializarse en temas económicos.

Uno no puede escribir sobre economía solo planteando los efectos, sino que hay que ver las causas. La economía está basado en leyes objetivas que están fuera independiente de la conciencia del hombre.

2-¿Qué repercusión ha tenido esta columna en los lectores?

He tenido referencia porque me escriben, hay quienes la leen y les gusta, pero también tiene sus detractores, en algunos centros de trabajo hacen los matutinos leyendo mi columna. En general creo que la repercusión ha sido positiva.

3-¿Qué temas usualmente trata en su columna?

Exploto temas relacionados con la esfera empresarial, el modelo económico, temas asociados a utilidades, precios y productos.

4-¿Cree Ud. que es importante que los periodistas traten temas económicos?

No, es imprescindible. En cierta ocasión planteé que a los periodistas no les gustaba escribir sobre economía por dos razones: primero porque es complejo y segundo porque no los motivaba, se inclinaban por otros sectores como la cultura y el deporte, aunque hoy por hoy si existen algunos que se inclinan por la economía. En el mundo actual los analistas económicos son los periodistas

5-¿Qué sugeriría para mejorar el tratamiento general de estos temas en el semanario?

Yo sugiero más objetividad por una parte, ir a la raíz de los problemas y luego darle seguimiento. En algunas ocasiones escriben un reportaje interesante sobre economía y luego no se le ofrece seguimiento al tema.

6-¿Cómo valora el tratamiento a los temas económicos en la prensa cubana actual?

Es insuficiente, en cantidad y calidad, tenemos que acudir a criterios de analistas internacionales y entonces no tratamos de lograr con agudeza, con valentía los temas nacionales. Considero que es necesario escribir con mayor objetividad y mayor capacidad de análisis.

Muchas Gracias