

# Cuando los medios no discuten el futuro: el periodismo económico digital en Venezuela durante la crisis de 2017 desde la perspectiva del desarrollo sostenible

Víctor Manuel Álvarez Riccio

Víctor Manuel Álvarez Riccio nació en Caracas, municipio Libertador, Venezuela, el 16 de diciembre de 1987. Obtuvo el título de Licenciado en Comunicación Social en 2011, en la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB); terminó satisfactoriamente la Maestría en Comunicación Social para el Desarrollo en la misma casa de estudios (2018) y está en proceso de concluir el Máster en Dirección de Pymes de la Universidad de Vigo (2019). Ha trabajado como redactor web en Globovisión (2012-2013), coordinador de comunicaciones en la Cámara Inmobiliaria de Venezuela (2012-2015), profesor de la Escuela de Comunicación de la UCAB (2015-2018) y otros oficios relacionados con el mundo del *marketing* y las ventas (2018-2019).

## Resumen

A través de un análisis de contenido realizado a publicaciones de secciones de economía de principales medios digitales venezolanos, acompañado de entrevistas de profundidad con encargados de dichos medios, se determina que el periodismo económico en Venezuela no atiende el problema del desarrollo nacional y realiza una cobertura fragmentada y deficiente de la grave crisis que experimenta el país.

Palabras clave: Periodismo digital, Periodismo Económico, Comunicación para el Desarrollo, Desarrollo Sostenible, Crisis Económica en Venezuela.

# When the media do not discuss the future: Digital economic journalism in Venezuela during the crisis of 2017 from the perspective of sustainable development

## Abstract

Through an analysis of content made to economic news of major Venezuelan digital media, accompanied by in-depth interviews with those in charge of these news media, it is determined that economic journalism in Venezuela does not address the problem of national development and performs a deficient and fragmented coverage of the serious crisis the country is experiencing.

Keywords: Digital Journalism, Economic Journalism, Communication for Development, Sustainable Development, Economic Crisis in Venezuela

Los resultados económicos de Venezuela siguen dando, con razón, de qué hablar a nivel global y llenan titulares de medios de comunicación que, sin sorpresas, destacan lo que parece ser una espiral descendente interminable. Hay datos económicos que ya se han convertido en lugares comunes: la inflación más alta del mundo (más de 1.000.000 % según el Fondo Monetario Internacional), una “economía de guerra” con una caída del producto interior bruto de más de 50 % desde 2013 y una devaluación espeluznante que ha puesto el salario mínimo a valer seis dólares a tasa oficial, el peor salario de América Latina.

Lo que es poco frecuente tanto en medios locales como extranjeros es la conversación sobre soluciones, programas, propuestas y opciones para convertir a esta nación potencialmente próspera en lo que debería ser. Y esto, más que una mera carencia periodística, es algo crítico en una sociedad que amerita consensos políticos serios y de altura sobre qué tipo de proyecto nacional, plan económico incluido, se implementará cuando una transición hacia la democracia haya sido lograda.

A propósito de lo anterior, el presente reporte resume una investigación desarrollada entre diciembre de 2017 y junio de 2018, como trabajo de grado de la Maestría de Comunicación Social para el Desarrollo Social, en la Universidad Católica Andrés Bello, en Caracas. El proyecto analizó siete medios venezolanos de importancia para describir su tratamiento de la crisis económica nacional y verificar si en ese trabajo periodístico se representaba, de alguna forma, aspectos de desarrollo y de políticas de reconstrucción nacional con una economía sostenible.

## **1. La vinculación entre comunicación y desarrollo**

La base conceptual de la investigación se elaboró sobre la teoría de que la comunicación es una actividad fundacional y generativa de las relaciones sociales. Según el boliviano Torrico (2004), la comunicación humana, en cualquiera de sus formas, es una actuación constitutiva de la manera de ser y de estar del hombre entre sus semejantes. ¿Por qué? Porque a través de ella las personas producen y comparten sentidos, es decir, interpretaciones con las que observarán el mundo y a partir de las cuales se conducirán. Coincidió en esto Torrico con Geertz (2005), antropólogo estadounidense que afirmó que las conductas observables de los hombres siempre están motivadas por un mundo simbólico en el que están inmersos. Esos entramados semióticos son las bases sobre las cuales se desarrollan las naciones, pues las ideas de cualquier tipo (religiosas, políticas, estéticas, morales, etcétera), si son veneradas, sustentadas y comunicadas con suficiente fuerza y vehemencia por grupos sociales poderosos y cada vez más grandes, alcanzan una existencia material, lo que las convierte en realidad social (comportamientos).

La estrecha relación entre comunicación y conducta social no ha sido solo materia de discusión entre investigadores y profesores universitarios, sino que ha sido tratada como un eje central de políticas públicas por parte de agencias internacionales y gobiernos. Los planes creados al respecto son conocidos bajo el paraguas de “comunicación para el desarrollo”.

Relata la investigadora venezolana Ferrer Escalona (2003) que ha habido tres grandes tendencias que incidieron en América Latina relacionadas con la comunicación para el desarrollo: la modernizadora, la crítica y el modelo participativo. Aunque estas tres son propias del siglo XX y emergieron cuando internet no existía con la omnipresencia que actualmente goza, siguen teniendo relevancia aparente en la toma de decisiones por parte de diseñadores de políticas públicas.

El modelo modernizador pretendía utilizar los medios masivos (televisión, radio y prensa) para difundir valores de la modernidad en las sociedades atrasadas, lo que significaba que, a través de noticieros, dramáticos, programas de variedades y otros, la cultura donante (la moderna) transmitiría a la aceptante los valores y formas de actuar para alcanzar el desarrollo. Aunque estos planes se intentaron en América Latina, no consiguieron concretar cabalmente sus promesas.

El modelo crítico o alternativo buscaba lo contrario: la autarquía comunicacional, si algo así fuese posible. En aquella visión se planteaba una contradicción entre los intereses de las naciones desarrolladas (Estados Unidos y Europa) y las naciones en vías de desarrollo (Latinoamérica). Los propulsores de estas ideas aseveraban que el flujo de informaciones de norte a sur servía para perpetuar una posición de subordinación de las sociedades hispanoamericanas con respecto a Estados Unidos y, por tanto, lo urgente era crear una política nacionalista y autónoma de comunicaciones, que se desvinculara totalmente de los flujos globales e incentivara el crecimiento independiente. Esta opción tampoco prosperó en la práctica.

La tercera vía, la comunicación participativa, apareció como una reacción ante la dicotomía entre las propuestas modernizadora y crítica. Invitaba a superar la dependencia de la sociedad a los grandes medios, sean públicos o privados, y a construir una red de pequeños medios e iniciativas populares que sirviesen para comunicar las inquietudes, deseos y problemas de la gente común, de los ciudadanos normales que no estaban representados en los gigantescos megáfonos que eran las cadenas industriales de medios. Esta propuesta, colmada de buenas intenciones, sirvió para interesantes experimentos, pero no alcanzó el objetivo de dotar de voz a las grandes audiencias, principalmente por la atomización de los esfuerzos y su escaso alcance.

Con la entrada en vigencia, en 2016, de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible trazados por la Organización de las Naciones Unidas, se reimpulsó la comunicación para el desarrollo, pero desde un nuevo marco: la sociedad del conocimiento. Esta fue entendida (Unesco, 2005) como aquella en la que las personas pueden generar y compartir cada vez con mayor libertad conocimientos, pues la información se ha vuelto accesible gracias a las nuevas tecnologías de comunicación. Los gobiernos, las empresas privadas y las organizaciones de la sociedad civil deben cooperar para dotar a las personas de dispositivos y herramientas para aprovechar la extensa red de fibra óptica que transmite datos a la velocidad de la luz. Se necesita, además, reducir la brecha entre aquellos con capacidades cognitivas suficientes para integrarse plenamente a este mundo interconectado y aquellos que no.

El compromiso del desarrollo sostenible, que es el programa más ambicioso de desarrollo humano jamás planteado, trasciende el mero crecimiento económico y apuesta por una sociedad del conocimiento dinámica, participativa y compleja, que consiga la alimentación plena, la salud y el bienestar colectivo, igualdad de géneros, el uso de energías limpias y sostenibles, combatir el cambio climático, preservar el medioambiente y avanzar hacia sistemas políticos democráticos, justos e inclusivos. No es poca cosa.

Si la comunicación es algo necesario para generar desarrollo, las dinámicas comunicacionales de una sociedad condicionarán, en clave positiva o negativa, las capacidades que tendrán las personas para organizarse y actuar en función de sus metas de desarrollo. Dicho de otra manera: una comunicación pobre, frívola, limitada, que no profundiza en materia de desarrollo, distancia a los grupos sociales de llegar a acuerdos imprescindibles para enfrentar los complejos retos del desarrollo sostenible.

## **2. Periodismo digital: el dilema entre el dato y el análisis**

El investigador abordó el problema de la comunicación para el desarrollo desde el periodismo porque es este, más que cualquier otra actividad de comunicación pública, el que asume el compromiso, e incluso tiene la obligación legal, de dar a la sociedad conocimiento enriquecido, verificado y relevante para que los ciudadanos tomen decisiones.

El periodismo estudiado es el único posible en la actualidad: el digital. El reto que enfrenta el oficio en el mundo de internet es cambiar sus anteriores metodologías, las cuales estaban basadas en la teoría de la objetividad y en la mera labor de informar, por otras que permitan la interpretación, el diálogo y el análisis. Esto lo reflexiona Delgado Flores (2015), quien ha observado la evolución desde el periodismo industrial del siglo XX, que gozaba de

exclusividad para la transmisión de las noticias y una gran capacidad de alcance gracias a su industrialización, hasta el periodismo en el siglo XXI, cuando el oficio del periodista solo se entiende dentro de redes de comunicación participadas por millones de usuarios, en las cuales el comunicador profesional no tiene la exclusividad de la noticia y, por tanto, su labor real consistirá en investigar, curar y analizar informaciones para generar valor agregado que beneficie a grupos específicos de lectores.

Samira Saba García (2006) ha sido otra investigadora que notó esta transformación del periodista. Este profesional, a juicio de la autora, ha tenido que pasar de su trabajo convencional (procesar noticias, adaptarlas a un formato concreto y publicarlas) a una actividad polivalente. Si el periodista convencional estaba limitado a trabajar con pocas fuentes, el digital tiene acceso a una base de datos inagotable (internet); si el periodista de antaño era la autoridad exclusiva para dar información en los medios, ahora hay millones de usuarios no profesionales que tienen la capacidad y a veces la agudeza para hacerlo también en redes sociales; si el periodista tradicional debía trabajar dentro de formatos estandarizados de comunicación (periódicos impresos, informativos televisivos o programas radiales), el digital se encuentra ante la perspectiva transmedia, que no solo combina todos los formatos anteriores, sino que facilita la interactividad y la colaboración de varias personas; por último, y no menos importante, el periodista contemporáneo no tiene horarios fijos de publicación o emisión, ni tampoco trabaja en entornos locales, pues la noticia en internet puede enviarse a cualquier hora y con un alcance global. Por tanto, si se dedica solo a informar, no ofrecerá algo diferenciador con respecto a lo que puede hacer cualquier usuario. El periodista de la actualidad debe recuperar información, analizarla e interpretarla, traducirla a diversos formatos digitales, distribuirla por redes y canales, interactuar con sus audiencias y mantener una vigilancia permanente sobre los desarrollos posteriores, manteniendo en todo momento altos niveles de calidad. El oficio se ha vuelto más complejo.

El periodismo venezolano, enfrentado al reto de trascender la mera información y de ser constructor de desarrollo social a través del análisis, ha sido objeto de varios estudios previos que lo han evaluado atendiendo a estos parámetros. Se presenta a continuación un par de ejemplos.

Los periodistas venezolanos José Vicente Antonetti y Lilia Margarita Salaverría (1985) investigaron, hace más de tres décadas, el desempeño del diario *El Nacional* durante la crisis económica de 1983. Concluyeron que el medio no tenía materiales gráficos como cuadros para apoyar la lectura de informaciones económicas, que el género más utilizado era la noticia, lo que limitaba cualquier forma de análisis de la situación, y que el tratamiento de políticas económicas en dichas noticias era “deficiente”, por el pobre manejo de conceptos y la poca homogeneidad.

Mucho más reciente fue el esfuerzo realizado por Andrés Cañizález, como integrante del Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (CIC-UCAB), para analizar el periodismo venezolano en el marco de un proyecto de alcance regional que contó también con participaciones de Perú, Ecuador, Bolivia, Guatemala, Brasil y Chile. El estudio, que usó la misma metodología en todos los países, identificó un problema general del periodismo: una oferta pobre y desbalanceada, que privilegia informaciones negativas, a veces sensacionalistas, y casi nunca presenta informaciones de desarrollo, que generen discusiones y compromisos acerca de las transformaciones sociales que los ciudadanos desean.

A nivel regional, dicha investigación fue organizada por la Red Latinoamericana de Observatorios de Medios de Comunicación (2009). El trabajo incluyó la revisión de noticias tomadas de 41 periódicos, seis de ellos venezolanos (*El Nacional, El Universal, El Carabobeño, El Tiempo, Frontera y Tal Cual*). Cañizález apuntó que la mayoría de las unidades analizadas se limitó a describir hechos, sin profundizar en interpretaciones que enriqueciesen la comprensión de temas de desarrollo y sin incluir soluciones a los problemas de la gente.

Estos y otros antecedentes de investigación, los cuales son evidencia de una preocupación sostenida en el tiempo por parte de las academias y agencias de desarrollo acerca del papel del periodismo, sirvieron como inspiración para el planteamiento de la metodología.

### **3. Diseño y técnicas de investigación**

La investigación consistió en dos fases bien diferenciadas: un análisis de contenido de publicaciones económicas de medios de comunicación digitales venezolanos y entrevistas de profundidad a los encargados de dichos medios.

Como criterio para seleccionar los medios digitales, se consideraron aquellos que tuviesen una sección dedicada exclusivamente a economía, que incluyesen un archivo para revisar publicaciones pasadas y que estuviesen entre los primeros lugares de la clasificación de Alexa, de acuerdo con su tráfico de lectores. De esta manera, los medios seleccionados fueron *La Patilla, Caraota Digital, El Nacional, El Pitazo, Runrunes, Informe 21* y *Correo del Orinoco*.

Se estableció que la muestra se tomaría de una semana laboral tipo (cinco días), pues entre lunes y viernes suele haber más contenido nuevo en los sitios web informativos. A través de la página web random.org, se hizo una escogencia aleatoria que determinó que los días de 2017 analizados serían el 24 de enero, el 11 de mayo, el 17 de julio, el 22 de septiembre y el 29 de noviembre.

La muestra fue recogida descargando todas las publicaciones efectuadas por los siete medios durante esos días. En total, se trabajó con 202 publicaciones: 37 de *Caraota Digital*, 19 de *Correo del Orinoco*, 30 de *El Nacional*, 12 de *El Pitazo*, 60 de *Informe 21*, 30 de *La Patilla* y 14 de *Runrunes*.

Esas 202 noticias fueron estudiadas con una matriz de análisis que contenía 69 variables, todas ellas dicotómicas, que permitían identificar si un determinado elemento estaba presente o no en la pieza detallada. Las variables de la matriz eran tanto de forma como de contenido. Clasificadas como “morfología digital”, algunas variables precisaban la extensión del documento según el número de caracteres, el uso de fotografías, vídeos, audios, infografías, hipervínculos y la presencia de comentarios de usuario. Otras variables se referían a la autoría del texto: ¿firmaba el periodista, el equipo de redacción o algún ciudadano?, ¿era una nota de prensa?, ¿los créditos eran de una agencia de noticias? Otro grupo de variables permitió identificar el tipo de actor representado en el documento: funcionario gubernamental, empresario privado, consumidor, trabajador, oposición al gobierno, economista o experto.

Asimismo, se estudió el emplazamiento de los hechos informados (Caracas, provincias, territorio nacional o el extranjero), los sectores económicos que aparecían (agricultura, alimentación, comercio, textiles, banca, petróleo, industrial cultural, minería, transporte, etcétera), los problemas económicos narrados o mencionados (inflación, caída de producción, desempleo y escasez) y las responsabilidades atribuidas por dichos problemas (¿alguien en la noticia denunciaba al gobierno, a la oposición política o a los empresarios?).

El tema del desarrollo se vio reflejado en las variables restantes. Se determinó, por una parte, qué tipo de enfoque privilegiaba el texto (denuncia, propuesta de desarrollo o medida de desarrollo ya ejecutada). Finalmente, se registró si en la publicación se hacía mención explícita de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, de la formación para el trabajo, de la igualdad de género, de la ecología y la preservación medioambiental, y de competencias del siglo XXI (aprendizajes sobre tecnologías para el desarrollo).

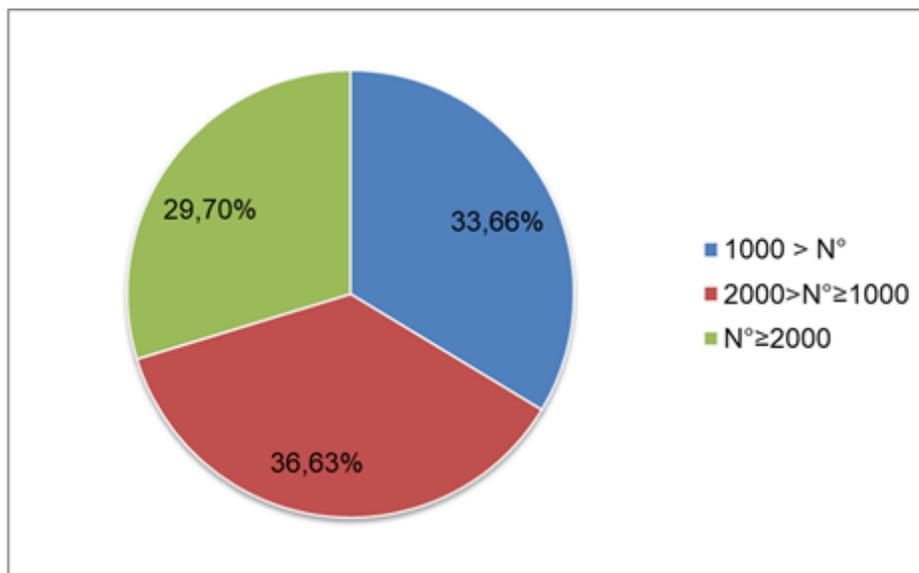
Los contenidos se analizaron entre diciembre de 2017 y junio de 2018. Posteriormente, durante julio de 2018, se hicieron las entrevistas de profundidad para apoyar la interpretación de los resultados arrojados por la matriz.

A cada entrevistado se le formularon 25 preguntas relacionadas con su perfil profesional y trayectoria, la morfología de las publicaciones periodísticas en internet, la autoría de los trabajos publicados en medios, los actores que son frecuentemente representados, los sectores económicos más atendidos por parte de los periodistas y la presencia de temas de desarrollo en las noticias económicas.

#### 4. Resultados del análisis de contenido

Lo primero que resaltó en la investigación es que, de las 202 informaciones económicas analizadas, el 33,66 % tenía una extensión inferior a 1.000 caracteres sin espacios, el 36,63 % tenía extensión entre los 1.000 y los 2.000 caracteres, y el resto (29,7 %) superaba los 2.000. La interpretación de esto es que la mayoría de los sitios web publicaba, fundamentalmente, textos cortos, los cuales no permitían profundizar demasiado en los contenidos trabajados.

Gráfico 1. Extensión de publicaciones de periodismo económico venezolano



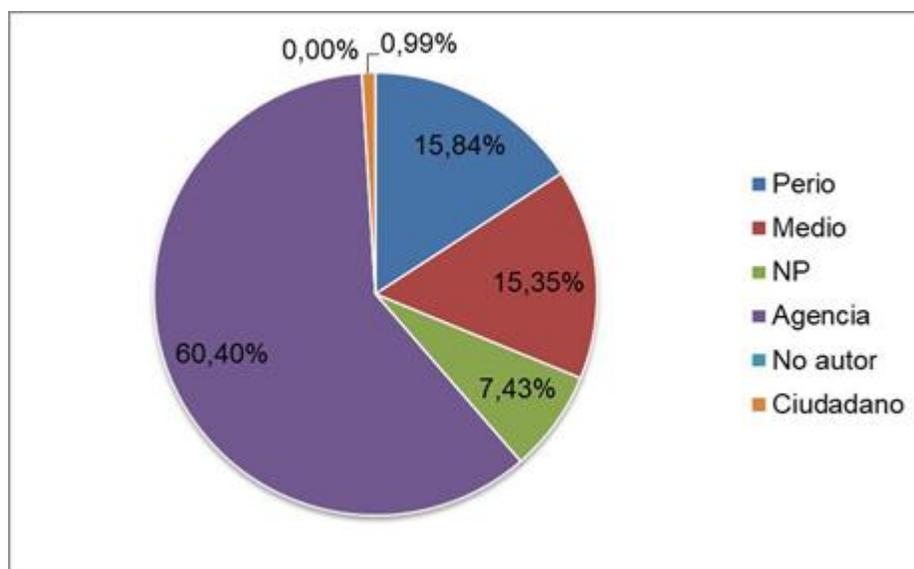
Fuente: Álvarez Riccio (2018)

Sorprendió la ausencia total de audios, que solo cuatro publicaciones (1,98 %) tuviesen vídeos y que exclusivamente doce (5,94 %) incluyesen algún tipo de infografía o tabla, lo cual evidenció pobreza en términos de uso de recursos audiovisuales, que son muy apreciados en la presentación de informaciones en internet.

Cuando se estudió la autoría de las 202 publicaciones, se determinó que el 15,84 % había sido firmado por periodistas, el 15,35 % por el equipo de redacción del medio, el 7,43 % estaba identificado como notas de prensa (NP), el 60,4 % estaba conformado por notas de agencias informativas o extraídas de otros medios de comunicación y tan solo 0,9 % había sido firmado por colaboradores ciudadanos independientes con respecto a los medios

estudiados. Lo destacable, por tanto, es que la mayoría de las publicaciones de la muestra no fue producida por los propios medios, sino que fue tomada tanto de agencias informativas como de la competencia.

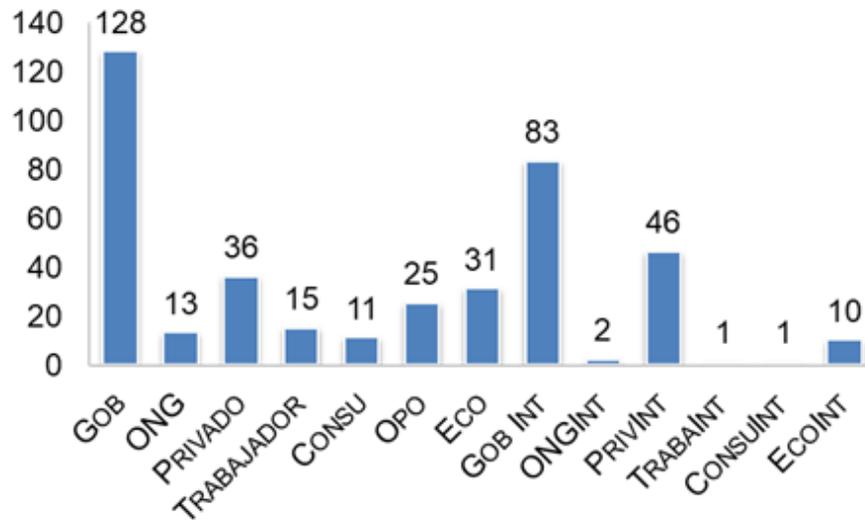
Gráfico 2. Frecuencia de autorías de la muestra de publicaciones



Fuente: Álvarez Riccio (2018)

El tipo de actor más representado por los medios estudiados fue el funcionario del Gobierno venezolano, que apareció en 63,37 % de la muestra, es decir, en 128 textos. También destacaron los representantes de gobiernos extranjeros (41,09 %), que aparecieron en 83 noticias. Ningún otro tipo de actor tuvo tanta relevancia. Voceros de organizaciones no gubernamentales (ONG) solo aparecieron en 13 publicaciones; el sector empresarial privado venezolano, en 36; trabajadores, en 15; consumidores, en 11; la oposición política, en 25; economistas y otro tipo de expertos, en 31. Trabajadores y consumidores de otros países también tuvieron poca o ninguna representación.

Gráfico 3. Representación de actores en noticias económicas

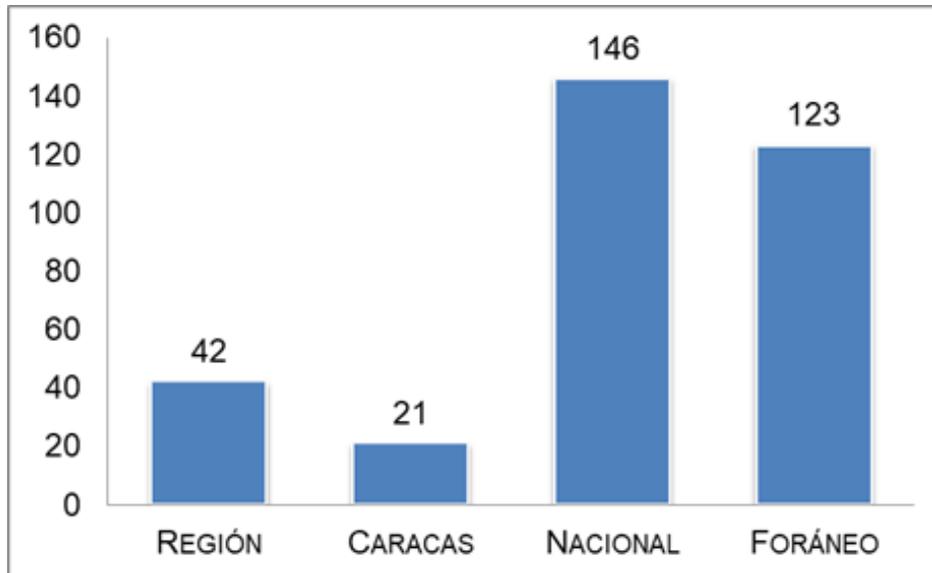


Fuente: Álvarez Riccio (2018)

Lo más significativo de esta amplia presencia de funcionarios públicos nacionales e internacionales es que los periodistas dedicados a economía entienden, quizá equivocadamente, que las voces oficiales son las más importantes en un relato económico, pero en la perspectiva del desarrollo sostenible se necesita también la participación de otros actores, como grupos de consumidores, sindicatos y académicos para alcanzar soluciones para los problemas.

No fue inesperado que las provincias y regiones del interior de Venezuela tuviesen menor presencia (42 publicaciones, solo 20,79 % de la muestra), mientras que hechos de alcance nacional (72,28 %), e incluso en el extranjero (60,89 %), fuesen mencionados con mayor frecuencia. Los medios estudiados, casi todos emplazados en Caracas, no profundizaron demasiado en acontecimientos del interior del país, lo que genera una visión centralista del problema económico.

**Gráfico 4. Ámbitos geográficos de noticias económicas**



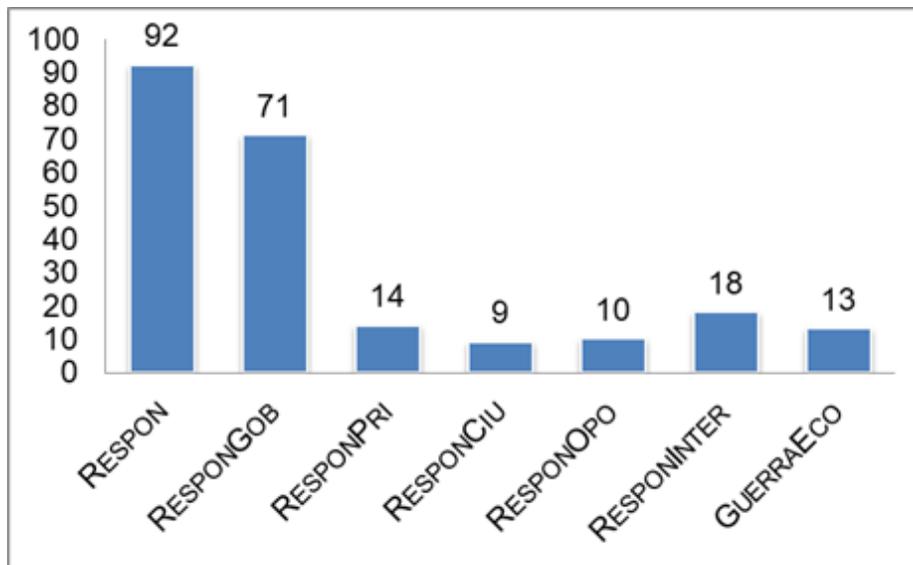
Fuente: Álvarez Riccio (2018)

En términos de sectores económicos, indiscutiblemente el sector petroquímico, que apareció mencionado en 73 publicaciones, y la banca y actividades financieras, que salieron en 84 documentos, fueron los más destacados por los medios. Ninguna otra actividad económica llegó a tener tanta relevancia. El investigador llegó incluso a detectar que, en noticias dedicadas a temas diversos, como la industria de textiles o el comercio de alimentos, eventualmente se mencionaba algo sobre la explotación petrolera u operaciones financieras diversas (mercado cambiario, emisión de dinero, créditos, etcétera).

Sectores muy importantes para el desarrollo sostenible tuvieron escasísimas menciones explícitas: la industria cultural solo se mencionó en cinco textos; la industria de las telecomunicaciones, en seis; el turismo, en cinco.

Con respecto a la atribución de responsabilidades, la investigación detectó que en 92 publicaciones (45,54 %) alguien, bien sea el periodista en clave de comentario, bien sea algún actor citado, atribuye culpa y responsabilidad por la crisis venezolana. El tipo de actor más culpado fue el Gobierno nacional (71 informaciones, 35,15 % de la muestra).

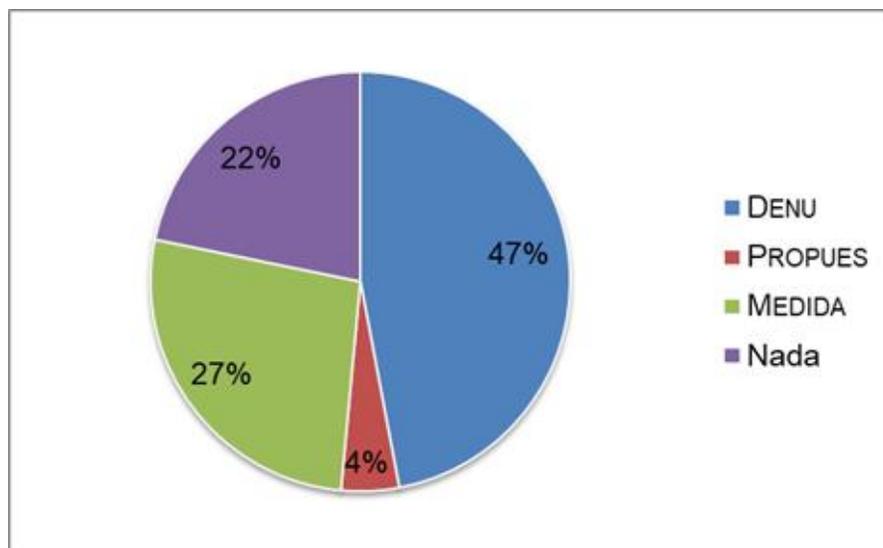
Gráfico 5. Responsabilidades atribuidas por crisis económica



Fuente: Álvarez Riccio (2018)

El enfoque de las publicaciones investigadas fue claramente negativo. El 47,03 % privilegió la denuncia y la crítica a la situación, mientras que el 26,73 % destacó medidas y acciones tomadas para mejorar algún aspecto de los problemas económicos y el 4,46 % resaltó propuestas para alcanzar dichas mejoras. Hubo una cantidad notable de publicaciones (21,78 %) que no fue clasificada en ninguna de las tres categorías anteriores, pues los textos se limitaban meramente a informar algún dato o situación, sin problematizarlo o valorarlo, y sin que pudiera ser interpretado como positivo o negativo de acuerdo con el enfoque del propio documento periodístico.

**Gráfico 6. Enfoque de publicaciones económicas en medios digitales venezolanos**



Fuente: Álvarez Riccio (2018)

Tal vez el punto más resaltante del análisis de contenido fue que demostró que solo 13 artículos de los 202 mencionaron el desarrollo sostenible o algún tema o cuestión relacionado con él, como la protección del medioambiente o la formación para el trabajo. Quiere esto decir que solo 6 % de la muestra incluyó alguna representación de este enfoque de desarrollo. Es necesario aclarar que dichas menciones fueron superficiales en casi todos los casos y prácticamente no ofrecieron explicaciones, interpretaciones u opiniones que permitiesen al lector comprender de qué se trata en realidad el desarrollo sostenible y cuál es su alcance.

El análisis de contenido concluyó con las siguientes observaciones sobre el periodismo digital económico en Venezuela:

- Uso preferente de la noticia breve y no de textos explicativos con mayor extensión.
- Ausencia de elementos audiovisuales o infográficos para apoyar la lectura.
- Publicación constante de informaciones de agencias o de medios competidores, lo que significa una bajada en la producción de contenido propio.
- Presencia dominante de actores gubernamentales antes que de otro tipo de voces ciudadanas.

- Foco de las noticias puesto en hechos de carácter nacional y reducida atención a hechos locales, especialmente en provincias.
- Mención frecuente de asuntos petroleros o financieros, pero no de otros sectores que son necesarios para el desarrollo económico nacional.
- Nula representación de Objetivos de Desarrollo Sostenible o alguno de sus aspectos.

## 5. Opiniones de los periodistas responsables

Como se vio en el resumen metodológico, luego del análisis de contenido, se procedió a entrevistar a periodistas responsables de los medios investigados. En muchos casos, las opiniones obtenidas sirvieron para confirmar los resultados alcanzados previamente. Fueron entrevistados César Batiz, director de *El Pitazo*; Mary Carmen Vieira, jefa de información de *Caraota Digital*; Enrique Rondón Nieto, coordinador de redacción de *Informe 21*; David Morán, director de *La Patilla*; Luisana Solano Flores, editora web de *Runrunes*; Isaac González Mendoza, coordinador web de *El Nacional*, y José Sinue Vargas, coordinador web de *Correo del Orinoco*.

Por ejemplo, la mayoría de los entrevistados aceptó que los textos del periodismo económico son principalmente noticias, género breve por esencia, y no reportajes explicativos o interpretativos. Batiz y Solano lo justificaron diciendo que hay pocos periodistas especializados en economía en Venezuela. Morán, de *La Patilla*, denunció que eso se debe a que hay menos información disponible, pues las fuentes fidedignas desaparecieron y obtener información de fuentes secundarias es costoso.

Seis de los siete entrevistados reconocieron la falta de materiales audiovisuales en las publicaciones. Para Vieira, eso se debe a falta de tiempo. Batiz acusó que no hay profundización en las informaciones. Rondón Nieto alegó que se debe al “complicado lenguaje económico”. Morán argumentó que no puede haber materiales audiovisuales, porque salir a grabar es riesgoso debido a la delincuencia en las calles. Vargas, del *Correo del Orinoco*, explicó que no se hace porque a las audiencias no les interesa la información económica densa y “no se van a poner a ver el video de un anuncio o una declaración económica”.

Una pregunta que generó acuerdos fue la referida al uso de textos de agencias de noticias o de otros medios. Batiz resaltó que “no es tampoco el mayor interés que tenemos en los medios tener información económica”. González, de *El Nacional*, expresó que de esa empresa habían renunciado varios profesionales que conocían de economía y que eso

llevó a depender más de las informaciones de agencias. Vargas comentó que en el periodismo digital no existe la costumbre de salir a la calle “a buscar noticias” y, por tanto, se trabaja con lo que hay disponible en internet.

Si en algo difirieron algunos entrevistados con respecto a los resultados del análisis de contenido fue acerca de la presencia de funcionarios del Gobierno en relatos económicos. Vieira criticó que “el Gobierno se ha convertido en una lejana fuente de información, prácticamente inaccesible”. Rondón Nieto reprochó que “no hay gente del Gobierno que opine de economía sino con tres o cuatro palabras”. Morán rechazó que en *La Patilla* aparezcan representados funcionarios del Gobierno nacional, diciendo que la información del gobierno chavista es “propaganda” y que la trata como “opinión de muy baja calidad”. Solano cuestionó la idea de que voceros oficiales sean representados con mucha frecuencia por “lo cerrados que son, lo herméticos, no solo con las declaraciones, sino con el tema de las cifras”. Batiz, González y Vargas aceptaron la premisa de que el Gobierno venezolano suele estar reflejado en las informaciones económicas porque las voces oficiales son importantes en este tipo de noticias y porque la economía nacional está regulada por el Estado.

Los entrevistados tampoco reaccionaron igual cuando se les interrogó sobre la baja representación de trabajadores y consumidores. Batiz, por ejemplo, sí aceptó que eso ocurre porque “es más un vicio del periodismo en general, no buscar todas las partes y no buscar al afectado”, pero Morán manifestó que *La Patilla* privilegia a los trabajadores y consumidores en sus publicaciones de economía: “en mi caso, ellos son la noticia”.

La cobertura amplia y frecuente del sector petrolero y la baja representación de otros sectores como, por ejemplo, la agricultura, fue algo aceptado por todos los periodistas consultados. Refirieron que la explotación petrolera es la principal fuente de ingresos del país y por eso se le da tanta importancia, y que otros sectores están más subdesarrollados, como el agrícola, y por ello no se le atiende tanto.

Los entrevistados contestaron que, en la mayoría de los casos, los medios se limitan a presentar diagnósticos de problemas económicos, pero no soluciones, pues no corresponde a los comunicadores generarlas y, si quisieran hacerlo, estas no son fáciles de hallar ni de comunicar.

Con respecto a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, los periodistas entrevistados opinaron que dichos objetivos casi no aparecen en los relatos económicos de los medios digitales. Estos fueron algunos los comentarios acerca de su inclusión en las informaciones económicas: “No hay divulgación de esos contenidos”, “es un tema como muy abstracto para las redacciones”, “lo he visto alguna vez, pero realmente muy pocas veces”, “no lo lee nadie”, “queda muy debajo del interés del lector”, “el tema del desarrollo sostenible no lo comprendo bien”. Solo José Vargas dijo

que en el *Correo del Orinoco* sí están pendientes de informaciones de este estilo, pero concluyó que en otros medios no ve esas noticias (Álvarez Riccio, 2018).

## 6. Conclusiones de la investigación

Al final de la investigación, se confirmó, gracias a los datos del análisis empírico y los comentarios de los entrevistados, que el tema del desarrollo sostenible, o del desarrollo en general, no estuvo presente en los relatos del periodismo económico digital en Venezuela.

El investigador, luego reflexionar sobre los resultados del análisis de contenido y las respuestas que recibió en las entrevistas, concluyó que impera en Venezuela una práctica periodística que solo relata y describe las situaciones cada vez más graves que padecen los ciudadanos, pero que no se pregunta qué se puede hacer para solucionar esa crisis profunda y, por tanto, no comunica posibles respuestas a esa pregunta, quizá la más importante.

Es especialmente relevante para agencias públicas de desarrollo, organizaciones no gubernamentales, líderes políticos y grupos de la sociedad civil establecer un diálogo constructivo con los periodistas y con las escuelas de Comunicación Social. Debe preocupar a estos actores que los periodistas desconozcan sobre temas de desarrollo o que, si los conocen, no los consideren noticiosos y simplemente dediquen todos sus esfuerzos al diagnóstico de problemas, pero no a la comunicación de posibles soluciones que preparen a la opinión pública para participar en un futuro proyecto de reconstrucción nacional.

Estas tendencias del periodismo son, al final, producto de la propia doctrina del oficio, que se pregunta qué es lo que ocurre (teoría de la objetividad), pero nunca qué podría llegar a ser. ¿En verdad las informaciones y conceptos de desarrollo no son noticiosos?, ¿lo son y los periodistas no tienen preparación para procesarlos?, ¿acaso los actores sociales interesados en desarrollo se esfuerzan lo suficiente por hacer entender a los encargados de los medios de comunicación la importancia de divulgar ideas e informaciones que promuevan la discusión constructiva?

Quizá todavía es más grave que la mera presentación de la crisis económica se hizo de forma deficiente: reutilización frecuente de textos de agencias internacionales y medios competidores, ausencia de elementos audiovisuales e infográficos, poco nivel de interpretaciones y análisis, y un empobrecimiento de contenidos por la falta de personal calificado para entender bien los complejíssimos problemas económicos. Por todo lo anterior, el investigador plantea recomendaciones en tres niveles: docencia, investigación y profesión.

En la parte de la docencia, se recomienda que en las escuelas de periodismo se incorporen con más fuerza nociones de metodología de las ciencias sociales, para que los periodistas tengan un marco conceptual más amplio, que trascienda la teoría de la objetividad y les permita profundizar en cualquier problema desde varias miradas teóricas. Por supuesto, el estudiante de periodismo debe recibir formación con respecto a la vinculación clara que existe entre su trabajo y el desarrollo social. ¿Entienden los estudiantes de periodismo que el relato de los medios nunca es inocente, que tiene una carga ideológica explícita o implícita y que la selección de temas, ángulos y fuentes condiciona la conversación de la sociedad con respecto a algún asunto? El periodismo es un acto no solo informativo, sino también educativo, y el periodista debe entender que, si se limita a sí mismo a la hora de interpretar un hecho, limita también a sus lectores.

En la parte de investigación, se recomienda continuar con las indagaciones que vinculan periodismo y comunicación para el desarrollo. ¿Qué casos exitosos, que hayan logrado efectos positivos, existen?, ¿hay estudios de recepción de mensajes de desarrollo por parte de diferentes audiencias?, ¿qué relaciones existen entre agencias de desarrollo y medios de comunicación?, ¿cómo sería un perfil de un periodista especializado en desarrollo sostenible? Hay muchas preguntas que pueden ser semillas de futuras investigaciones que ayuden a ampliar conocimientos en esta materia.

En la parte del ejercicio profesional del periodismo, el investigador propone lo siguiente:

- Utilizar los Objetivos de Desarrollo Sostenible como un marco para que los medios creen agendas temáticas propias, independientes del acontecer cotidiano.
- Diversificación de fuentes informativas, para darles a las voces ciudadanas la misma importancia que se le otorga a las fuentes oficiales y a los personajes “entrevistables” que siempre aparecen representados.
- Ampliar el uso de géneros periodísticos. La situación excepcionalmente difícil que vive Venezuela amerita algo más que noticias. ¿Dónde quedaron las entrevistas de profundidad, cuestionarios grupales, crónicas, relatos de vida, perfiles y ensayos?
- Buscar el aprovechamiento de las capacidades multimedia que ofrecen las tecnologías de la información.

La sugerencia general que hace el investigador, como parte del gremio, es trabajar con creatividad. ¿Por qué? Porque una comunicación periodística creativa, con riqueza narrativa, fomenta el verdadero pensamiento crítico en los lectores, lo cual es un apoyo necesario para el desarrollo futuro del país. ¿Cómo enriquecer los relatos? Hay

muchas maneras: si los diagnósticos de problemas son lo corriente, lo alternativo sería investigar soluciones; si hay excesiva información de actualidad, un recuento histórico que ponga los conflictos en perspectiva sería una opción válida; si las noticias aparecen fragmentadas, tal vez hacer un reportaje con una visión sistémica y de largo plazo iluminaría la comprensión de los lectores.

## Referencias

- Álvarez Riccio, V. M. (2018). *El periodismo económico digital en Venezuela durante la crisis de 2017 desde la perspectiva del desarrollo sostenible*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Delgado, C. (2015). “El periodismo y la profesión a debate”. En Bisbal, M. *Volver al periodismo. Repensando el país desde las comunicaciones*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Ferrer Escalona, A. (2003). *Periodismo científico y desarrollo*. Mérida: Universidad de Los Andes.
- Geertz, C. (2005). *La interpretación de las culturas* (decimotercera reimpresión). (A. Bixio, Trad.). Barcelona: Gedisa.
- Observatorios en Red Medios de Comunicación en América Latina (2009). *¿Desarrollo? Encuentros y desencuentros entre medios y ciudadanía* (R. M. Alfaro Moreno, Ed.). Lima: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.
- Saba García, S. (2006). “El periodista digital: de convencional a polivalente”. En Rojano, M. *Diez años de periodismo digital en Venezuela 1996-2006*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Salaverría, L., y Antonetti, J. (1985). *Periodismo económico en época de crisis. Estudio de un caso: “El Nacional”*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Torrice, E. (2004). *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*. Bogotá: Norma.
- Unesco (2005). *Hacia las sociedades del conocimiento*. París: Ediciones Unesco.