

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS  
AMÉRICAS**

**ESCUELA DE PERIODISMO**

**MANEJO DE LA INFORMACIÓN EN MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN ESPECIALIZADOS EN ECONOMÍA  
EN TIEMPOS DE COVID-19 COMO EL FINANCIERO Y  
LA REPUBLICA**

**KATHERINE ALEJANDRA SIBAJA RIVERA**

**SAN JOSÉ, MAYO, 2020.**

Tribunal examinador

Esta tesina es aprobada por el Tribunal Examinador de la Carrera de Periodismo de la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS, como requisito para optar por el grado de bachillerato.

Pablo Segura Solano

Tutor

Ramiro Núñez Roldán

Director de Carrera

## Código de ética

### Universidad Internacional de las Américas

El suscrito, Katherine Alejandra Sibaja Rivera, graduado de la carrera de Periodismo en el grado académico de bachillerato de la Universidad Internacional de las Américas, se compromete a cumplir, durante el ejercicio profesional, con el código de ética de la Institución, que se rige por los siguientes principios:

**PROBIDAD:** Actual siempre con rectitud y honradez.

**PRUDENCIA:** Actuar con pleno conocimiento de la materia sometida a su consideración.

**JUSTICIA:** Permanente disposición hacia las funciones de la profesión, bajos los lineamientos legales que debe respetar todo profesional.

**RESPONSABILIDAD:** Cumplir con los deberes, tanto en calidad como en oportunidad.

**DISCRECIÓN:** Guardar respeto sobre los hechos o informaciones de los que tenga conocimiento con motivo del ejercicio profesional, sin que esto perjudique las funciones y responsabilidades.

**INDEPENDENCIA DE CRITERIO:** No involucrarse o comprometerse con situaciones, intereses o actividades contrarias a la moral, a la sana crítica y que, por ley, sean incompatibles con las funciones profesional es correspondientes.

**DIGNIDAD Y DECORO:** Actual con sobriedad y moderación.

**TOLERANCIA:** Evidenciar una actitud paciente y de comprensión ante las opiniones divergentes que puedan expresar otras personas.

**EQUILIBRIO:** Desempeñar las funciones profesionales con sentido práctico, buen juicio y equidad.

**ACTUALIZACIÓN:** Comprometer parte del tiempo en actualizar los conocimientos en adaptarlos en el desarrollo de la actividad profesional.

**VOCACIÓN:** Mostrar siempre apego al trabajo y a la educación recibida, como fundamentos para el desempeño laboral.

**BUENA FE:** Toda conducta o comportamiento, criterio emitido y labor desempeñada debe basarse en los más altos principios éticos y tendrá como fundamento la buena fe.

Katherine Alejandra Sibaja Rivera

Céd. 117740836

### Dedicatoria

Esta investigación se la dedico a mis padres quienes con esfuerzo y amor me impulsaron a seguir mis sueños y a cumplir mis metas. Quienes siempre me brindaron su apoyo para que pudiera elegir mi camino, camino en el que decidí convertirme en periodista y aunque al principio no estuvieron muy seguros, dejaron que siguiera mis sueños y me impulsaron a seguir soñando y creyendo que podía conseguir lo que me propusiera. ¡Por y para ellos siempre será toda la gloria de cada triunfo en mi vida!

También, esta tesis me la dedico a mí y a mi esfuerzo, porque nunca dejé que cortaran mis alas y aunque la vida a veces nos pone retos, las verdaderas limitaciones las ponemos nosotros mismos. En este trayecto por la universidad perseveraré, maduré y continué luchando por mis ideales, por cada día aprender algo nuevo que se sumara a mi formación profesional.

Además, se la dedico a mi hermano, quien aún tiene mucho que aprender en la vida, quien aún no elije su camino profesional, pero que pronto lo hará y sé que sabrá elegir bien. Sé que con él tengo un compromiso especial como hermana mayor porque sé que cada día crece más y trata de seguir mis pasos, por lo que mi deber con él siempre será tratar de ser lo más que se pueda un buen ejemplo y aunque no aseguro no equivocarme o lograr que él no lo haga, si prometo estar ahí cuando me necesite.

También, se la dedico a mi Nana quien desde que yo era pequeña escuchó cada palabra que tenía que decir, aunque eso implicará que no la dejara dormir. Quién estuvo cuando dije mi primera palabra y hasta el día de hoy ha escuchado cada cosa que tengo que decir.

## Agradecimientos

Creo que el agradecimiento más grande como persona creyente es hacia Dios, porque sin él no soy nada y estoy segura de que sin su ayuda no hubiera tenido las fuerzas para tomar mi destino y convertirlo en mío. Porque, aunque muchas veces la vida me presentó obstáculos, su misericordia se hizo presente en mí y en mi familia y nos volvió resilientes. Por lo que, mi mayor agradecimiento hacia él por permitirme llegar hasta donde he llegado y hasta donde me tenga que llevar.

Quiero agradecer nuevamente a mis padres Johnny y Mery quienes siempre han sido un ejemplo de superación personal, quienes aún en mis peores momentos me apoyaron a seguir adelante y siempre me aplaudieron cada paso que di y que hasta el día de hoy lo siguen haciendo. Pero también, a mi hermano Isaac, quien es mi compañero de vida y quien siempre escucha lo que tengo que decir. ¡Gracias por todo, los amo!

Sin duda alguna, mi familia ha sido un pilar fundamental dentro de este proceso por lo que quiero agradecerles de manera especial su apoyo y por ello quiero hacerles una mención especial a mis tías Ana, Francisca, Nidia, María, Norma y mi querido tío Carlos. A mis primas Jofeny, Emelina y Mariana. A mis primos Kevin, Haniel, Geiner y Emmanuel. Pero, principalmente a mi Nana.

Por otra parte, quiero agradecer a mi mejor amiga Mariela Rodríguez, quien es mi amiga desde el colegio y aunque decidimos ir a universidades diferentes, siempre ha estado ahí apoyándome en cada proyecto que emprendo en mi vida y quien siempre está ahí para escucharme. ¡Gracias Mari por tu apoyo!

Pero creo que una parte importante de la vida es el desarrollo social y parte de ese desarrollo son las amistades, por lo que quiero agradecerles a mis bellezas de Júpiter Valeria Asenjo, Rachell Matamoros, Sofía Hernández, Ángeles Granados, Raquel Aguilar, Laura Carvajal y a Annis Vargas. Si tuviera que volver a empezar elegiría empezar de nuevo con ustedes, gracias por ser grandes compañeras, sé que se convertirán en excelentes profesionales.

Un agradecimiento a mis profesores a quienes siempre recordaré con gran cariño, porque puedo decir que cada uno de ellos contribuyó en mi formación profesional siempre estuvieron anuentes a lo que sus estudiantes necesitaban más allá de las aulas.

Por último, pero no menos importante uno de los agradecimientos más especiales y profundos a mi tutor Pablo Segura, a quien le tengo gran cariño y a quien admiro como profesional, quiero agradecerle por cada consejo y corrección que recibí de su parte desde su clase en periodismo deportivo como durante el proceso de la tesis, fue un gran apoyo para mí ¡Gracias Pablo!

## Tabla de contenidos

Portada		
Tribunal examinador .....		2
Código	de	ética
.....		3
Dedicatoria .....		4
Agradecimientos.....		5
Carta		autorización
tutor.....		6
Carta autorización lector.....		7
Carta	de	Director
carrera.....		8
Carta de revisión filológica.....		9
Declaración jurada.....		10
Tabla	de	contenidos
.....		11
Lista		de
cuadros.....		15
Índice		de
figuras.....		16
Resumen ejecutivo.....		17
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....		18
Planteamiento		del
problema.....		18
Objetivos.....		21
Objetivo General.....		21
Objetivos específicos.....		21
Justificación.....		22
Antecedentes.....		25
Historia.....		25
Coronavirus.....		25

Antecedentes Internacionales.....	27
Periodismo económico.....	28
Economía mundial ligada al COVID-19.....	29
Antecedentes Nacionales.....	30
Influenza AH1N1.....	30
COVID-19 en Costa Rica.....	31
Periodismo económico en Costa Rica.....	32
Proyecciones.....	33
Limitaciones.....	33
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	35
Comunicación.....	36
Niveles de la comunicación.....	38
Comunicación intrapersonal.....	38
Comunicación interpersonal.....	38
Comunicación en grupos pequeños.....	39
Comunicación organizacional.....	39
Comunicación masiva.....	40
Teorías de la comunicación.....	42
Medios de comunicación.....	42
Periodismo.....	43
Periodismo económico.....	44
Periodismo en	

internet.....	46	
Agenda		
Setting.....	46	
Teoría del Cultivo.....	48	
Aguja Hipodérmica .....	49	
Economía.....	50	
Ciclo económico.....	51	
Desempleo.....	53	
COVID-19 y la economía.....	55	
Internet.....	56	
Redes Sociales.....	57	
Facebook.....	58	
<b>CAPÍTULO</b>	<b>III:</b>	<b>MARCO</b>
<b>METODOLÓGICO.....</b>	<b>60</b>	
Enfoque	de	la
Investigación.....	60	
Método.....	62	
Teoría fundamentada.....	62	
Etnográficos.....	62	
Narrativo.....	63	
Fenomenológico.....	63	
Investigación-acción.....	64	
Sujetos	y	Fuentes
Información.....	64	de
Población		y
Muestra.....	66	
Variables	o	Unidad
Análisis.....	67	de
Instrumentos.....	68	
Entrevista.....	69	
Análisis de contenido.....	70	

			14
Proceso	de	recolección	de
datos.....			70
Referente institucional			71
CAPÍTULO	IV	ANÁLISIS	DE
RESULTADOS.....			74
Contextualizar agenda noticiosa.....			74
Percepción.....			77
Impacto.....			81
CAPÍTULO	V:	Conclusiones	y
Recomendaciones.....			85
Conclusiones.....			85
Recomendaciones.....			87
Referencias.....			
89			
Apéndice.....			91

**Lista de tablas**

Tabla	1.	Sujetos	de		
información.....				65	
Tabla	2.	Conceptualización	de		
análisis.....				67	
Tabla	3.	Sábado	20	de	junio
2020.....				80	del
Tabla	4.	Viernes	12	de	junio
2020.....				81	del
Tabla	5.	Miércoles	20	de	mayo
2020.....				82	del
Tabla	6.	Viernes	29	de	mayo
2020.....				83	del
Tabla	7.	Viernes	12	de	junio
2020.....				84	del

**Índice de figuras**

Figura 1. Proceso de la comunicación.....	37
Figura 2. Características de los niveles de comunicación.....	41
Figura 3. Ejemplos de ciclos económicos.....	53

## **Resumen ejecutivo**

Para esta investigación se pretende analizar el tratamiento y manejo de la información económica en el medio de comunicación El Financiero durante la pandemia del COVID-19 entre mayo y agosto del 2020. Para ello se planteó la pregunta ¿Cuál es el tratamiento y manejo de la información en medios especializados en economía en tiempos de COVID-19?

Con esto se busca contextualizar la agenda noticiosa en materia económica del medio El Financiero entre mayo y agosto del 2020. Además, demostrar la percepción que tiene el público meta del contenido publicado por el medio de comunicación El Financiero durante la pandemia.

Por otra parte, identificar si las noticias de economía en consecuencia a la pandemia del COVID-19 que publica el medio de comunicación El Financiero generan impacto en las personas.

En Costa Rica se investigó el reto económico que enfrenta el país, también las relaciones que existen entre las entidades financieras y el público, pero en concreto no hay una investigación que hable sobre el periodismo económico, cuyo papel toma relevancia en una crisis económica.

El contexto a nivel mundial en la actualidad se basa en la expectativa del qué pasará mañana. En Costa Rica el virus ha causado diversos efectos económicos entre las personas unas sufrieron reducciones de jornadas, otras perdieron sus empleos lo que generó que perdieran sus casas, autos y demás.

Por lo que, este estudio cuenta con un enfoque cualitativo, para el cual se tomó como instrumentos la entrevista y el análisis de contenido, para poder obtener resultados y así llegar a responder la pregunta planteada inicialmente. No obstante, este trabajo busca las experiencias y perspectivas de diferentes personas que viven bajo un mismo contexto de un fenómeno.

En este tiempo de COVID-19, en el que un periodista económico es el enlace con la realidad económica y el público, se debe dar un manejo responsable e investigar a profundidad el interés público, para informar parte de los posibles escenarios a los que la población se pueda enfrentar como una posible recesión o crisis económica.

Además, el trabajo cuenta con una población infinita, ya que no se puede decir con certeza cuantas personas leen El Financiero en su página de Facebook, ni cuantas reaccionan a las notas que publican.

Un segundo aspecto es la muestra, que está compuesta por cinco personas para entrevistas, entre ellos un economista, un analista financiero, el director del medio, un periodista de El Financiero y un psicólogo.

El análisis de contenido se basó en cinco notas publicadas por El Financiero durante mayo, junio, julio y agosto, que se escogieron según la cantidad de reacciones y comentarios en Facebook y que, además, tuvieran una relación directa con el impacto económico creado por el COVID-19.

Dentro de los principales hallazgos que se realizaron con la investigación, fue la percepción del periodismo económico como un aspecto especializado y dirigido a personas que se especializan en el tema.

También, las restricciones sanitarias y reaperturas de comercios como principales temas dentro del contexto nacional tanto como de la agenda noticiosa de El Financiero. Por otra parte, gracias al punto de vista social del psicólogo, se pudo evidenciar los alcances e impactos sociales que causó la información económica en las personas.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### Planteamiento del problema

A lo largo de este capítulo se definirán algunos conceptos importantes para la investigación. Además, presentar el contexto de la problemática en la que se basa el estudio. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), en su libro Metodología de la investigación, el planteamiento del problema funciona para:

Desarrollo de la idea en cinco elementos:

1. Objetivos de investigación.
2. Preguntas de investigación.
3. Justificación de la investigación.
4. Viabilidad de la investigación.
5. Evaluación de las deficiencias en el conocimiento del problema. (p.36)

Tomar esos elementos en cuenta a la hora de plantear el problema puede colaborar a tener una investigación con una descripción más precisa del tema y de esta manera será más sencillo realizar los otros apartados. Además, existen criterios para plantear el problema. Según Kerlinger y Lee (2002) citados por Hernández et al (2014), los criterios para plantear un problema de investigación cuantitativa son:

- El problema debe expresar una relación entre dos o más conceptos o variables (características o atributos de personas, fenómenos, organismos, materiales, eventos, hechos, sistemas, etc., que pueden ser medidos con puntuaciones numéricas).
- El problema debe estar formulado como pregunta, claramente y sin ambigüedades; por ejemplo: ¿qué efecto?, ¿en qué condiciones...?, ¿cuál es la probabilidad de...?, ¿cómo se relaciona... con...?
- El planteamiento debe implicar la posibilidad de realizar una prueba empírica, es decir, la factibilidad de observarse en la “realidad objetiva”. Por ejemplo, si alguien se propone estudiar cuán sublime es el alma de los adolescentes, está planteando un problema que no puede probarse empíricamente, pues ni “lo sublime” ni “el alma” son observables. Claro que el ejemplo es extremo, pero nos recuerda que el enfoque cuantitativo trabaja con aspectos observables y medibles de la realidad. (p.36)

La enfermedad denominada COVID-19, se detectó por primera vez en Wuhan, China en diciembre del 2019. Esta enfermedad se deriva de la cepa de virus respiratorio agudo grave (SARS-CoV). El coronavirus, llamado así por su similitud con una corona, se transmite de humano a humano por partículas de saliva que pueden ser expulsadas al hablar, toser o estornudar. El virus se empezó a propagar por el mundo rápidamente, por lo que en marzo del 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS) declara una pandemia.

En Costa Rica el primer caso sospechoso que reportó el Ministerio de Salud por COVID-19, se presentó el 5 de marzo del 2020, indicando que era una mujer de 52 años, costarricense, vecina de Pococí, quien había ingresado al país el 29 de febrero y provenía de Italia y Túnez.

Luego, el 6 de marzo se reportaron tres de los casos más conocidos, entre ellos el doctor del Hospital San Rafael de Alajuela y quién había estado en Panamá, creando una cadena de contagios entre sus familiares. Además, el de la pareja de estadounidenses que vacacionaban en el país. Posteriormente, el lunes 16 de marzo se declaró estado de emergencia nacional.

En el contexto actual, el mundo entero vive bajo la expectativa del qué pasará mañana. El virus ha causado diversos efectos entre las personas unas murieron, otras perdieron sus empleos, sus casas; otras mueren de estrés causado por vivir en un confinamiento dentro de sus hogares, por lo que, las implicaciones pueden ir desde el nivel social, económico y de salud.

Se puede decir que la pandemia del COVID-19 (así declarada por la Organización Mundial de la Salud), es progresiva, puesto que los datos se actualizan diariamente. Esto causa un cierto nivel de incertidumbre entre las personas, ya que con certeza no se sabe qué pasará. Aunque hay proyecciones sobre la economía, la prioridad se le está dando en este momento a la salud pública.

Sin embargo, las mayores potencias del mundo ante tanta incertidumbre optaron por paralizar su comercio, turismo y otras áreas que hacen que logren posicionarse justamente como potencias, para poder dar contención al virus.

Según la Comisión Económica para América Latina (Cepal), este nuevo coronavirus tendrá efectos devastadores sobre la economía mundial, superando a los vividos en 2008-2009.

De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI), los países reducirán su actividad económica desencadenando una desaceleración económica mundial, eso se ve reflejado, entre otros, en el decrecimiento del turismo.

Añadido a esto, está el fuerte endeudamiento en muchos países latinoamericanos que hace que haya un deterioro en las condiciones financieras. Aunado a lo anterior, el virus ha causado la detención temporal de algunas actividades económicas, lo que perjudica gravemente las perspectivas financieras futuras.

Sin embargo, el mundo recuerda una de las últimas pandemias, la de la influenza H1N1, que tuvo lugar en el 2009. Sus repercusiones fueron más en el ámbito económico que en el de la salud, esto debido a varios factores, pero, uno de los principales fue la disminución en las importaciones.

Según un estudio publicado el 7 de julio del 2020 por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la economía costarricense se está contrayendo por el COVID-19. Según gráficos presentados en ese estudio, la economía costarricense presentó dos picos bajos en el PIB real en los últimos veinte años, durante la pandemia del H1N1 (2009) y durante la pandemia del coronavirus (2020).

Otro de los datos relevantes mencionados en el estudio es el aumento en el desempleo durante el 2009, que por consiguiente crea una deceleración en el consumo y este fenómeno se repite durante el 2020.

En el ámbito del periodismo, debe buscarse la manera de comunicarle al mundo todo lo que está pasando tanto en la realidad nacional como internacional. A lo que se debe resaltar que hay que hablar sobre las preocupaciones de las personas que van más allá de un tema de salud.

Por lo que, con este trabajo se pretende investigar cómo los medios de comunicación especializados en materia financiera manejan la información del impacto económico que tiene el COVID-19, para poder comunicárselo a la población. Asimismo, porqué es que tienen relevancia los medios de comunicación económicos bajo dicho contexto económico.

En este tiempo de COVID-19, en el que un periodista económico es el enlace con la realidad económica y el público, se debe dar un manejo responsable e investigar a profundidad el

interés público, para informar parte de los posibles escenarios a los que la población se pueda enfrentar como una posible recesión o crisis económica.

Hay varias preguntas que quedan sueltas, pero la del interés de este trabajo es ¿Cuál es el tratamiento y manejo de la información en medios especializados en economía en tiempos de COVID-19?

Es una interrogante importante, tomando en cuenta que, en una recesión o en una crisis económica, la afectación se reflejará desde el pueblo hasta en el gobierno, ya que todo es una acción desencadenante que provoca que todos se vean altamente afectados.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Analizar el tratamiento y manejo de la información económica en el medio de comunicación El Financiero durante la pandemia del COVID-19 entre mayo y agosto del 2020.

### **Objetivos específicos**

1. Contextualizar la agenda noticiosa en materia económica del medio El Financiero entre mayo y agosto del 2020
2. Demostrar la percepción que tiene el público meta del contenido publicado por el medio de comunicación El Financiero durante la pandemia.
3. Identificar si las noticias de economía en consecuencia a la pandemia del COVID-19 que publica el medio de comunicación El Financiero generan impacto en las personas.

## **Justificación**

Este proyecto pretende analizar el papel que desempeñan los medios de comunicación especializados en economía en Costa Rica y el tratamiento que le dan a la información durante el tiempo del COVID-19. El medio de comunicación que estará bajo estudio será El Financiero. Asimismo, investigar sobre el impacto económico que tendrá este virus en la economía nacional.

En Costa Rica se hicieron investigaciones sobre el sector salud, se investigaron varias pandemias que afectaron en su momento al país. Incluso, sobre este nuevo coronavirus se realizaron investigaciones desde el campo de la salud, pero, hasta el momento no se realizó un análisis de cómo será la afectación en el ámbito económico.

Sin embargo, sí existen noticias y artículos que hablan de la afectación económica que tuvo otros países y en una pequeña cantidad hablan sobre algunas de las afectaciones actuales, por ejemplo, el incremento en el desempleo en Costa Rica. En este caso, se necesitaría toda una investigación y un análisis de expertos en economía y sus proyecciones futuras (especialistas en la materia).

Un editorial de La Nación realizado en enero del 2020 (antes de la pandemia) titulado “La economía costarricense en el 2020”, presagiaba un crecimiento en la economía nacional de un 2,6%, esto tras una entrevista al presidente del Banco Central Rodrigo Cubero. Además, las proyecciones en la agricultura eran alentadoras pues prometían recuperar la caída del 2019 y agregar valor en las fuentes de empleo.

Desde entonces el panorama ha cambiado, al respecto una nota publicada en junio por el medio de comunicación Crhoy.com titulada “COVID-19 golpea a 12 de los 25 mayores productos de exportación”, describe productos como el banano, la piña y los dispositivos, cerraron abril con cifras negativas.

Detrás de un suceso como una pandemia mundial siempre debe de existir alguien que informe sobre los distintos ámbitos que se ven afectados para que las personas tomen sus precauciones y estén informadas del acontecer actual, en este caso los encargados de llevar esa información a la población son los periodistas y los respectivos medios de comunicación.

Los daños colaterales de una pandemia van desde lo social hasta lo económico, donde al final todo termina entrelazado. En este caso, el enfoque de esta investigación es el tratamiento

se le da a la información en el medio de comunicación El Financiero durante la pandemia de COVID-19.

Además, transmitir información durante la pandemia conlleva un riesgo para los periodistas, según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2020), en un artículo denominado “Periodismo, libertad de prensa y COVID-19”. Por lo tanto, los riesgos se encuentran presentes tanto a niveles físicos, seguridad jurídica, seguridad psicológica y a nivel digital.

Por lo tanto, los periodistas se encuentran en la primera línea de lucha contra el COVID-19, buscando que las personas se mantengan informadas y es de allí que se desprenden esos riesgos.

Si se observa desde la perspectiva que todo es una cadena, se podría decir que el hecho de que una persona pierda su empleo empieza a causar un efecto mariposa. Ya que al quedarse sin empleo, esa persona empieza a consumir menos bienes, por lo que ya hay alguien más percibiendo menos ingresos, esta persona deja de comprar insumos causando que se produzca menos hasta llegar al punto en el que la afectación llega al Gobierno quienes perciben menos aranceles por parte de los pequeños, medianos y hasta de los grandes empresarios.

La situación antes descrita, sólo es un pequeño, pero claro ejemplo de las afectaciones económicas que pueden darse y de las que claramente hay que hablarle a la población, para que vayan creando un plan de contingencia.

En una entrevista con la República, el director de la Cámara de Industrias, Carlos Monge, manifestó que, dependiendo de la prolongación de la pandemia y las medidas, el desempleo llegaría a ser de un 20%. Ya que, como lo menciona Monge, al menos 220 mil personas trabajan en el sector del turismo, el cual se ha visto afectado desde el cierre de fronteras del 16 de marzo, causó despidos. El porcentaje de desempleo antes del COVID-19 era de un 12,4%, las proyecciones sería que suba ocho puntos porcentuales.

Se podría llegar a pensar que por lo general las noticias económicas son las menos consumidas, muchos suelen tener la idea de que es aburrida o que no es para todos, porque no la logran comprender. Sin embargo, el trabajo de un periodista es informar, formar y entretener a la población.



En el caso de la economía hay que tener claro que siempre detrás de una cifra hay personas que pueden verse afectadas o beneficiadas, pero, siempre son temas del interés público, por lo que el reto más grande que tiene un periodista es hacer que la información económica sea del interés de cualquiera, pero, más importante aún, que sea comprensible para cualquiera.

Por consiguiente, durante la investigación se buscará observar cuál es el tratamiento y manejo que se le está dando a la información en los medios en Costa Rica que se dedican especialmente a las noticias de este tipo, esperando que al final se pueda observar el fenómeno de consumo de noticias económicas y si, el problema se está dando en cómo informan sobre el tema a la población y si genera o no interés en el público.

Una investigación realizada por Tristán (2017), dentro de una distribución de consumo de noticias en Costa Rica, en donde se tomó a dos medios de comunicación para realizar dicha investigación, resalta que el 4,7% del total (100%) de la población muestreada es la que consume noticias de índole económico.

Por lo que, con respecto a ese estudio, se puede determinar que, en comparación a otros segmentos, la economía tiende a ser menos consumida en Costa Rica y puede deberse a varios factores de los que los que se estarán ampliando durante esta investigación.

## **Antecedentes**

Este trabajo abarca dos variables importantes el periodismo especializado en economía o, mejor dicho, el periodismo económico y el COVID-19. Es que, a su vez, en el contexto de la actualidad, ambas están estrechamente relacionadas, ya que a pesar de que el conocido coronavirus, forma parte del sector salud, sus repercusiones se extienden más allá de eso y es algo que se logra denotar en la realidad que se vive, con esto se hace referencia a su impacto económico.

Su efecto en la economía, tanto nacional como internacional, se empieza a ver en pequeñas escalas, como, por ejemplo, en el incremento del desempleo. Todas las repercusiones necesitan ser comunicadas a la sociedad de una forma entendible, para lo que existen medios de comunicación especializados en dar este tipo de informaciones.

## **Historia**

El periodismo tiene varias áreas que deben de ser cubiertas y de las que deben informarse a las personas. Podríamos decir que hay áreas generales y otras más especializadas, que por ende necesitan que el periodista que deba cubrirlas se prepare y estudie el campo en el que va a desarrollar información, es decir, un periodista especializado y la economía es uno de esos sectores.

## **Coronavirus**

Con respecto al coronavirus, esta cepa apareció desde los años sesenta. Aún hoy, sus orígenes son desconocidos, es decir, nadie logró comprobar su origen. Su sintomatología va desde los de un resfriado común, hasta un síndrome respiratorio grave.

De acuerdo con Miguel Serra (2020), en su artículo “Infección respiratoria aguda por COVID-19: una amenaza evidente” este virus fue asociado como otros a animales. Además, hace referencia a algunos síntomas con los que se le ha relacionado.

Los coronavirus se han aislado también de diferentes animales y aves, y en sus respectivas especies causan una gran variedad de enfermedades respiratorias, gastrointestinales, neurológicas y sistémicas, que posteriormente se han detectado en humanos. Desde mediados de los años 60 del siglo XX, se identifican los coronavirus humanos, CoVH-

229E (grupo 1) y CoVH-OC43 (grupo 2); se han asociado con el resfriado común y se consideraban patógenos respiratorios relativamente benignos. Esta concepción cambió en 2003, cuando se identificó un nuevo coronavirus en China como responsable de un Síndrome respiratorio agudo severo por coronavirus en humanos (CoVH-SRAS), que ocasionaba brotes de neumonía atípica con una letalidad próxima a 10%. Presentó elevada transmisibilidad en centros sanitarios y la población general, y afectó casi a una treintena de países, para extinguirse en el plazo de breves meses. Se creía que lo transmitían solo los animales al hombre, pero quedó demostrada la transmisibilidad entre personas (par. 4)

Su nombre se debe a su peculiar forma que se asemeja a la de una corona o un halo. Este tipo de virus se encuentra tanto en seres humanos como en animales.

En ese período de tiempo (desde los sesenta), de acuerdo con el Ministerio de Salud de Costa Rica, se detectaron tres diferentes epidemias a causa del coronavirus:

1. SARS-CoV: Tuvo origen en China, en el año 2002, su mortalidad fue de un 10%. Ocho mil personas aproximadamente se vieron infectadas con el virus en 37 países y 700 murieron por esta causa. También, se le conoce por las siglas SRAS-Cov.
2. Mers-Cov: El primer caso que se registró fue en Medio Oriente, específicamente en Arabia Saudita, en el 2012. Su tasa de mortalidad es del 35%, de esta cepa se registraron casos hasta en octubre del 2019, se notificaron 2400 casos en diferentes países, de los cuales 800 pacientes perdieron la vida.
3. SARS-CoV-2: Este es el brote más reciente y el más conocido por el momento, comúnmente conocido como COVID-19, sus registros inician en la ciudad de Wuhan, en China. El conteo de casos de esta nueva cepa es continuo, por el momento sólo se confirmaron la transmisión de humano a humano y no de animales hacia humanos o viceversa. Este virus causó la muerte de miles de personas alrededor del mundo.

Según Serra M (2020), lo que destaca al coronavirus de otros virus respiratorios es su alta tasa de mortalidad, esto es lo que ha llamado la atención desde cepas anteriores.

La elevada morbilidad y mortalidad asociada con el brote de SRAS reavivó el interés por los miembros de esta familia y permitió posteriormente la identificación de otros nuevos coronavirus

asociados con enfermedad respiratoria: el coronavirus NL63 (CoVH-NL63), el coronavirus HKU1 y el coronavirus del Síndrome respiratorio del oriente medio (MERS).

Desde su descubrimiento, se han asociado con casos de infección respiratoria, lo que evidencia una distribución universal de estos. Según series publicadas, los dos primeros se detectan relativamente en coinfección con otros virus respiratorios y alcanzan máxima actividad en invierno y primavera, con ondas polianuales. El Síndrome respiratorio agudo severo del oriente medio por coronavirus en humanos (CoVH-MERS) fue descubierto por primera vez en 2012 en Arabia Saudita y su hospedero natural son los camellos, con posterior transmisión interhumana (párr. 5).

El coronavirus, se había presentando anteriormente, pero no fue hasta el 2019, que la nueva sepa que surgió en Wuhan tomó tanta fuerza y se impuso a nivel mundial.

### **Antecedentes Internacionales**

Los periodistas económicos se enfrentan a grandes desafíos, por ejemplo, el manejo de la información. Es importante saber descartar datos que pueden ser de poca utilidad para la mayoría de las personas. Además, saber cómo manejar información de calidad, que a la vez puede ser noticias que causen gran impacto en las personas, por lo que se le debe de dar un adecuado tratamiento.

Según Elvira Calvo (2011,) en su ponencia Periodismo económico: estándares informativos de calidad y perfil del periodista especializado, la calidad del periodista que cubre este ámbito debe cumplir con ciertos estándares ya que, de su información depende la formación sociopolítica:

En el ámbito de la información económica, con un complicado lenguaje técnico y trascendentales consecuencias sociopolíticas, la ética periodística se hace más (sic) exigente. La expansión de la información económica y los desafíos del buen ejercicio periodístico han generado un creciente corpus de reflexiones sobre esta actividad, su impacto en la vida pública y en el comportamiento económico de individuos, mercados y gobiernos. A los desafíos profesionales se han unido retos empresariales y tecnológicos que condicionan la calidad informativa (p.597).

Con lo que respecta a este estudio, hay una importancia en el contexto de la pandemia del coronavirus de lograr un adecuado uso de la información económica que genera un virus como el actual, ya que hay una afectación a los mercados (grandes y pequeños), así como a los individuos. Lo que hace que, suscita la importancia de la inclusión de un lenguaje entendible dentro de la sociedad propiciado por los periodistas.

### **Periodismo económico**

El periodismo económico presenta retos que van desde volverlo atractivo al público hasta como traducirlo en palabras de fácil comprensión para cualquier persona. Sin embargo, se podría pensar que es algo fácil de hacer si se ve desde una perspectiva en la que todas las personas de cualquier estrato social se ven diariamente afectadas por la economía tanto nacional como internacional.

Estas dos aristas de la espacialidad y del lenguaje sencillo podrían verse fácilmente contrapuesta, causando un problema a la hora de crear información. De acuerdo con Ángel Arrese y Alfonso Vara (2016) en su investigación “Periodismo y Economía” habrá una tensión entre el rigor que exigen los términos técnicos que se utilizan en la economía y el lenguaje sencillo que necesita la población para entender la información. También, agregan que esto puede verse remplazado con el comentario de un experto sobre el tema.

Sin embargo, hay autores que hablan sobre la importancia de la utilización de las metáforas en la materia económica. Por lo que, Ángel Arrese (2015) en su artículo científico denominado Las metáforas de la crisis del euro en la prensa española menciona que:

Las tensiones entre lo abstracto y lo concreto, la intuición y la lógica, las matemáticas y las humanidades, son más que simples inconvenientes en el desarrollo de conocimiento económico; son la piedra de toque de la dificultad de esta disciplina para establecer una conexión con la sociedad (Keppler, 1998; Kurdas y Majewski, 1994). Las metáforas, desde esta perspectiva, son herramientas centrales en la mejora del storytelling de la economía (Klamer y Leonard, 1994; Strassmann, 1993). Al fin y al cabo, como señala McCloskey, “los economistas no son tan diferentes de los poetas y novelistas” (McCloskey, 1990, 21) (p.22).

La importancia de este artículo y con respecto a lo que se quiere enfocar esta investigación, se puede decir que una de las mayores problemáticas a la que se enfrenta el periodismo económico es la utilización de un lenguaje más universal, es decir, hacerlo comprensible para cualquier persona que desee tener acceso a este tipo de información de índole financiera. Y es que como se presenta a lo largo del artículo por Ángel Arrese, esa problemática se presenta en distintas partes del mundo.

### **Economía mundial ligada al COVID-19**

El mundo vive una tensión económica que se encuentra ligada a un pequeño virus, que está causando estragos alrededor del planeta tierra, esto a su vez tiene un impacto directo en la salud e indirecto en la economía.

Pero, el mundo ya vio esto antes y la historia lo confirma, ya que existieron pandemias previamente que ocasionaron grandes consecuencias económicas. Al respecto Noemi Tomasi (2020) en su estudio Historia de las pandemias mundiales y su economía, menciona que: “La actual pandemia (COVIT-19) (sic), que abarca el planeta entero puede causar la demolición del sistema productivo, financiero, de turismo, etc., mundial, pero como la historia vuelve a repetirse, analizándola podemos encontrar soluciones no pensadas” (p.2).

Pandemias recientes como la gripe porcina (H5N1), la gripe de Hong Kong (H3N2), la gripe española (H1N1), la gripe rusa (H2N2) y el cólera, por mencionar algunas epidemias en donde se registraron grandes cantidades de defunciones a su paso también, causaron grandes bajas en la economía. De acuerdo con Tomasi (2020), la historia es repetida y lo que se debe de hacer con ello, es aprender:

Cuando ocurrió la Gripe Española en 1918, las distintas localidades y países tuvieron que conceder créditos especiales para poder sufragar todos los gastos derivados no solo de la asistencia médica y social de los afectados, sino de la implantación y cumplimiento de las distintas medidas de profilaxis pública, entre ellas las cuarentenas, el aislamiento de los contagiados; el cierre de los lugares públicos; la desinfección de los individuos, las calles y los locales, el uso de las mascarillas, vacunas, etc (p.33).

Con esto y a lo largo del estudio realizado en marzo del 2020 por la doctora Noemi Tomasi, se ve reflejado la repercusión económica que tuvieron las pandemias a lo largo de la

historia. Como se puede concluir, una afectación en el área de salud como la que se está viviendo con el COVID-19, dejará grandes faltantes en la economía del mundo.

José María Serrano (2020) en su artículo científico La economía y la pandemia, menciona que es inevitable una caída en la economía. La afectación incluye el empleo, actividad económica y las finanzas públicas.

Es así, como las segundas se derivan de las primeras, ya que, al haber una reducción de ingresos hay una reducción en el consumo familiar, lo que llevará al cierre temporal o definitivo de algunos establecimientos causando una disminución en la producción. Al final volviéndose una cadena, ya que la reducción de todo lo anterior, pondrá en crisis el ingreso del Gobierno (en este caso refiriéndose al de España), ocasionando un déficit y la contracción de una nueva deuda pública con la que cargarán las nuevas generaciones.

Por lo que en base a este artículo podemos observar el fenómeno que existe en la economía ya que, una afectación individual puede culminar en una afectación en cadena.

### **Antecedentes Nacionales**

A finales del 2019 cuando tuvo inicio el nuevo coronavirus en la ciudad de Wuhan, China, el mundo no llegó a pensar lo que un microorganismo podía ocasionar y Costa Rica, no fue la excepción. Ningún país del mundo llegó a imaginar lo rápido que el virus iba a trascender fronteras, ni la mortalidad que este iba a alcanzar. Pero, no es la primera vez que Costa Rica enfrenta una pandemia.

La historia del país así lo recuerda, algunas de las epidemias estuvieron cerca en tiempo, la viruela y el cólera, de acuerdo con Ana María Botey (2008), la viruela se hizo presente en 1831, inició en la provincia de Cartago y dos años después ya estaba en el resto de provincias. De esta hubo tres brotes en total, el segundo se registró en 1845 y el tercero en 1852, durante los tres brotes hubo pérdidas humanas.

### **Influenza AH1N1**

La influenza del AH1N1, fue un virus que se conoció como la gripe porcina y atacó a Costa Rica en el 2009. Esta pandemia ocasionó una afectación económica en el país. Según

estudios presentados por la OCDE sobre la economía de Costa Rica en julio del 2020, se puede observar que los últimos 20 años los picos bajos del PIB y el desempleo en Costa Rica se presentan durante la pandemia del 2009 y la del 2020.

De acuerdo con María Trejos, Hilda Salazar, Jenny Lara, Elizabeth Sáenz, Xiomara Badilla (2014), en su estudio “Protocolo nacional para la vigilancia de personas con Influenza y otras virosis respiratorias” el virus de la influenza porcina AH1N1, es la última pandemia de la que se tiene registro y durante la cual se llevó a cabo una vigilancia epidemiológica:

En abril de 2009, ante la declaración de alerta pandémica asociada al virus de Influenza A(H1N1) pdm09, Costa Rica identificó un incremento acelerado de casos asociados a este virus, que desplazó la circulación de otros virus respiratorios. A mediados del año 2010, al pasar a la fase post pandémica, se reduce la circulación del virus Influenza A (H1N1) pdm09 y se incrementa la circulación del virus influenza A/H3, con un aumento de Influenza B al finalizar el año. (p.4)

Estos son algunos de los retos que la salud pública de Costa Rica ha enfrentado durante los últimos años. Lo cual es importante tomar en cuenta durante el presente estudio para poder tener claros los precedentes de las pandemias en recientes y su comportamiento.

### **COVID-19 en Costa Rica**

El COVID-19 es la pandemia más reciente y que a la fecha de esta investigación (mayo 2020), se encuentra en curso. También, es una de las que causó más impacto en el mundo y en Costa Rica.

Costa Rica detectó su primer caso el 6 de marzo del 2020, así lo confirmó el Ministerio de Salud. La primera persona a la que se encontró positiva de COVID-19, fue una mujer de 49 años, de nacionalidad estadounidense que se encontraba vacacionando en el país junto con su esposo y ambos fueron aislados en un hotel.

Posteriormente, se detectó a un doctor que laboraba en el Hospital San Rafael de Alajuela, quien venía de Panamá y creó una red de contagios entre sus compañeros y familiares. El 9 de marzo del 2020, ya había 9 personas infectadas con el virus. Por lo que, el Gobierno decide tomar medidas para mitigar el impacto del COVID-19, entre las que se incluyeron la cancelación de eventos masivos y teletrabajo para el sector público.

El 16 de marzo, el gobierno declara estado de emergencia nacional (se encontraba en alerta amarilla). Esto llevó a la cancelación de lecciones en todos los centros educativos del país y el cierre de fronteras para los extranjeros.

### **Periodismo económico en Costa Rica**

En Costa Rica se investigó el reto económico que enfrenta el país, también las relaciones que existen entre las entidades financieras y el público, pero en concreto no hay una investigación que hable sobre el periodismo económico, cuyo papel toma relevancia en una crisis económica.

Tampoco, de cómo la enfrentan las personas, las empresas y el Gobierno. Además, de cuál es el tratamiento que se le da a esa información en los medios especializados en economía en el país para transmitírsela a la población.

De acuerdo con Cecilia Herrera y Melania Leiva (2015), en su trabajo “Análisis comparativo de los intereses informativos del Banco Nacional, con enfoque mixto, la prensa y la población adulta joven de Costa Rica, para el diseño de las recomendaciones y acciones de comunicación para entidades financieras”, el principal objetivo de los medios de comunicación económicos es atraer a la población a consumir noticias sobre economía “La necesidad entonces es acercar el tema, traerlo a la realidad de los ciudadanos, para que no sea considerado una cuestión lejana a su contexto diario, ni se vea como un contenido exclusivo para profesionales en la materia” (p.17).

Al final lo que concluyen en su estudio con respecto a los medios de comunicación, es que hacen uso de un lenguaje con tecnicismos, que a su vez se vuelve confuso y de difícil comprensión para el público meta. Por lo que, recomiendan utilizar un lenguaje más sencillo y abrir más la agenda a temas de interés del receptor, como, por ejemplo, créditos.

Lo que quiere decir que, para poder ganar un rol diario en el consumo de noticias de la población, el periodista económico debe de tener muy en claro que quien lo ve, lee o escucha no es necesariamente un economista por lo que se debe de hacer de la manera más sencilla, para poder lograr que todos vean reflejada la necesidad de estar enterados de la materia financiera del país, lo cual resulta estrechamente relacionado con el tratamiento de la información que se quiere estudiar durante esta investigación.

## **Proyecciones**

Durante la investigación se pretende llegar a comprender la brecha de consumo entre las noticias económicas y el resto de información que se genera en un medio. Además, hacer un pequeño análisis sobre la situación económica a la que se enfrenta o a la que está por enfrentarse Costa Rica con la pandemia del COVID-19.

Pero, el principal enfoque y lo que se pretende resolver es el manejo que le dan los medios de comunicación especializados en economía a la información que se le debe de presentar a la población con la pandemia. Asimismo, sugerir una manera alternativa para presentar la información y que sea vuelva de mayor consumo entre el público meta.

Adicional, estudiar el impacto que generan las noticias de economía durante el tiempo de la pandemia del COVID-19 en el medio de comunicación El Financiero.

También, analizar el contenido publicado en El Financiero que tenga relación a la pandemia de mayo a agosto 2020.

Y se pretende observar cuál es el tipo de información que genera mejor interacción en redes sociales que haya publicado El Financiero durante ese tiempo.

## **Limitaciones**

Así como existen proyecciones que se desean alcanzar con la investigación también, existen limitantes que podrían hacer que las metas propuestas no puedan desarrollarse en su totalidad. En este caso, algunas de las limitaciones con las que cuenta esta investigación son:

- Inicialmente, la investigación abarcaba dos medios de comunicación El Financiero y La República, para poder brindarle más profundidad al estudio se decidió eliminar La República, esto después de analizar el tiempo con el que se disponía para ejecutar toda la investigación.

- El ambiente general que se puede observar a raíz del COVID-19, muchas personas se encuentran estresadas, ansiosas, depresivas e incluso enfermas, por lo que con certeza no se puede saber la disposición con la que contarán los entrevistados.
- El tiempo que se dispone para desarrollar la investigación, que, en comparación a otras universidades públicas, es menor.
- No se puede asegurar que los entrevistados o el medio de comunicación en estudio quiera colaborar con dicha investigación.
- La virtualización a raíz del virus, no se dispone del recurso presencial para poder realizar entrevistas o trabajo de campo ya que, muchas personas se encuentran en sus hogares por la pandemia.
- El equilibrio que debe de realizar la investigadora, entre esta investigación y un horario laboral de tiempo completo, lo que reduce aún más el tiempo para poder dedicarse a la tesis.
- Que el horario de los entrevistados y la entrevistadora coincida.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

El en marco teórico, se definen los principales conceptos que abarca el trabajo de investigación y que serán relevantes para esta, con postulados de diferentes autores. Este capítulo facilitará la comprensión de términos contemplados en el trabajo.

La fundamentación de teoría crea un sustento a la investigación. Yedigis y Weinbach, (2005) citados por Hernández et al (2014), indican que es un proceso que genera un producto “Un proceso de inmersión en el conocimiento existente y disponible que puede estar vinculado con nuestro planteamiento del problema, y un producto (marco teórico) que a su vez es parte de un producto mayor: el reporte de investigación” (p.60).

Según Hernández et al (2014), las funciones que cumple el Marco Teórico son las siguientes:

1. Ayuda a prevenir errores que se han cometido en otras investigaciones.
2. Orienta sobre cómo habrá de realizarse el estudio. En efecto, al acudir a los antecedentes podemos darnos cuenta de cómo se ha tratado un problema específico de investigación:
  - ¿Qué clases de estudios se han efectuado?
  - ¿Con qué tipo de participantes, casos o muestras?
  - ¿Cómo se han recolectado los datos?
  - ¿En qué lugares o contextos se han llevado a cabo?
  - ¿Qué diseños se han utilizado?
  - Aun en el caso de que desechemos los estudios previos, éstos nos orientarán sobre lo que queremos y lo que no queremos para nuestra investigación.
3. Amplía el horizonte del estudio o guía al investigador para que se centre en su problema y evite desviaciones del planteamiento original.
4. Documenta la necesidad de realizar el estudio.
5. Conduce al establecimiento de hipótesis o afirmaciones que más tarde habrán de someterse a prueba en la realidad, o nos ayuda a no establecerlas por razones bien fundamentadas.
6. Inspira nuevas líneas y áreas de investigación (Race, 2010 y Yurén Camarena, 2000).

7. Provee de un marco de referencia para interpretar los resultados del estudio. Aunque podemos no estar de acuerdo con dicho marco o no utilizarlo para explicar nuestros resultados, es un punto de referencia. (pp. 60-61).

## **Comunicación**

La comunicación está presente desde el principio de los tiempos en diferentes idiomas, dialectos y lenguajes. Desde el momento en el que se nace, los niños empiezan a comunicarse de maneras no verbales. Por ejemplo, un recién nacido llora porque tiene hambre, se siente enfermo o requiere de un cambio de pañal y son señales que los padres perciben para conocer la necesidad de su bebé.

Para establecer la comunicación se requiere de varios elementos, pero los más básicos y los que enseñan desde la primaria son el emisor, el receptor, el mensaje y el canal. Esos elementos se quedan grabados en la mente de cada persona que fue a la primaria y se pueden definir como:

- Emisor: Es la persona que envía un mensaje para que otro sujeto la reciba.
- Receptor: Es la persona que recibe un mensaje del emisor.
- Mensaje: Es lo que desea transmitir el emisor al receptor.
- Canal: Es el medio por el cual se transmite un mensaje.

Lo interesante de la comunicación es que puede ser reciproca, es decir, el receptor y el emisor pueden intercambiar sus papeles.

Según Dionne Santos (2012), en su libro Fundamentos de la comunicación, durante el proceso comunicativo, un mensaje que transmita un emisor puede ser percibido de diferentes maneras de acuerdo con el receptor que lo reciba:

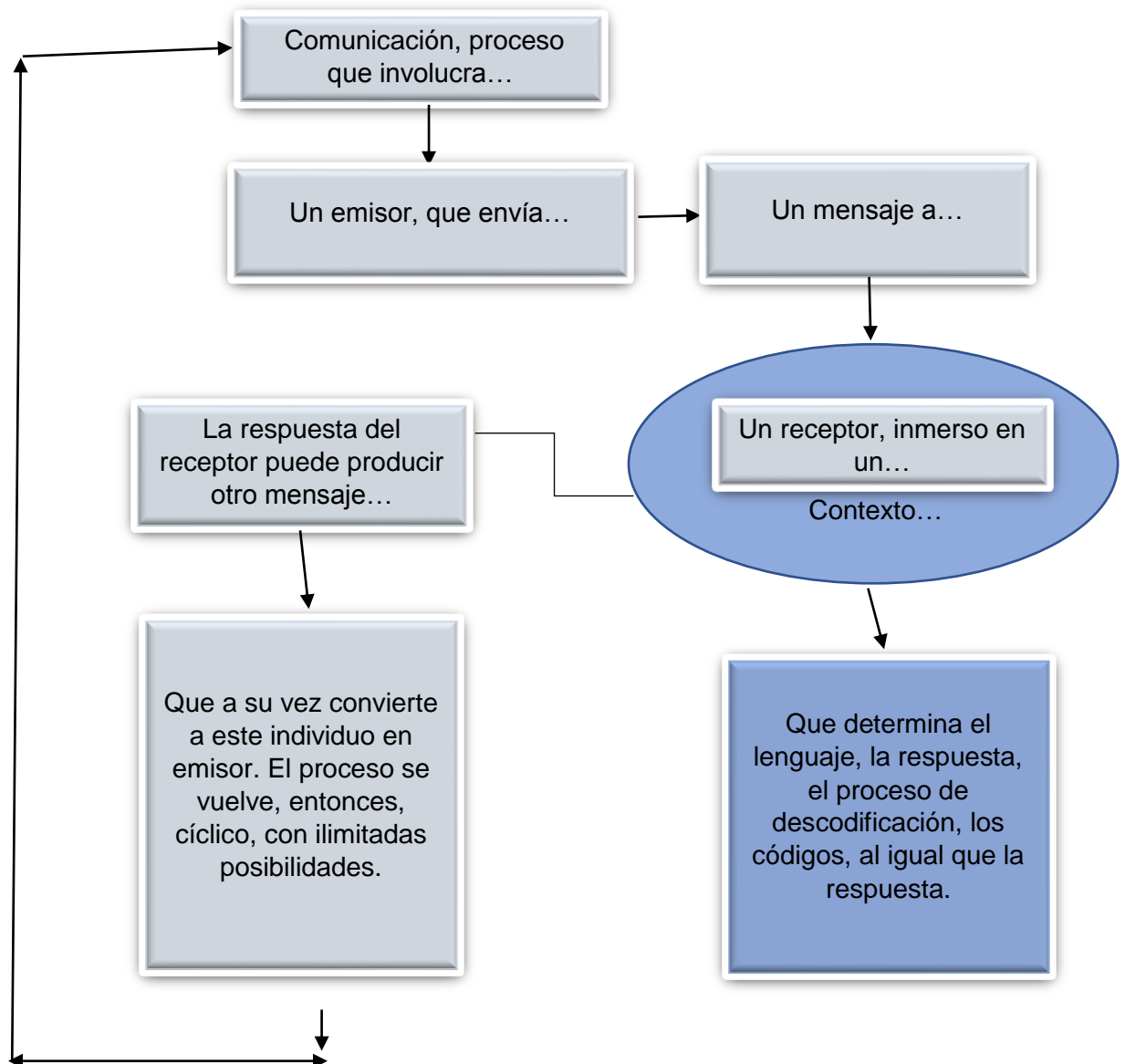
Cada vez que un individuo escucha un mensaje que forma parte de un discurso, que a su vez ha sido estructurado en un contexto específico en el que intervienen fuerzas políticas, económicas y sociales múltiples y cambiantes, tiene la posibilidad de interpretar de acuerdo con sus creencias, su experiencia, los códigos y sistemas que ha aprendido y una cantidad de elementos que resultan tan extensos como complejos. Para entender la manera

en que las vivencias y todo aquello que rodea al individuo actúan para dotar de significación un mensaje, podemos citar a Castro y Moreno: “(...) estamos en la posibilidad de elaborar un

mensaje solamente mediante los signos que conocemos, y sólo podemos dar a esos signos el significado que hemos aprendido con respecto a ellos” (p.12).

Lo anterior quiere destacar, que según el contexto en el que un emisor se encuentre dando un mensaje, el receptor puede interpretar de diferentes maneras el mensaje. El proceso de la comunicación puede resumirse en el siguiente mapa conceptual:

Figura 1: Proceso de la comunicación



Nota: Elaboración propia tomado de Fundamentos de la comunicación (p.8).

## **Niveles de la comunicación**

La comunicación tiene distintos alcances o niveles, las cuales se dividen en cinco y que permiten establecer relaciones humanas y son utilizados según los distintos factores y requerimientos de lo que se desea comunicar. Los cuales son:

### **Comunicación intrapersonal.**

Se puede indicar como una de las más profundas e íntimas ya que, se genera desde el interior. De acuerdo con Santos (2012):

Los diálogos con uno mismo, en los que uno apela a una voz interior que en algunas ocasiones pregunta y en otras responde acerca del sentido de la vida, o los hechos cotidianos, son ejemplos de la manera en la que hacemos un uso íntimo, intrapersonal, de la comunicación (p.20).

Por lo que se puede decir, que es una comunicación que interna que se genera en la mente de cada persona.

### **Comunicación interpersonal.**

La comunicación interpersonal es una de las más básicas y de las más utilizadas en la cotidianidad. Además, se puede decir que se encuentra implícita dentro de la mayoría de los niveles, ya que se da entre dos o más individuos.

Según Santos (2012), dependiendo de quién sea el receptor el emisor va a emplear distintas maneras de expresarse y un lenguaje que se ajuste al contexto, para lo que lo desarrolla en un simple ejemplo.

Aunque se trate de encuentros interpersonales con un número reducido de participantes, es claro que en ellos se observan reglas de lenguaje que condicionan la estabilidad de las relaciones. Si un empleado elige una mala palabra para describir la situación de la empresa a su jefe, es probable que sea despedido (p.20)

Por lo cual, apoyados en esa hipótesis podríamos deducir que el entorno condiciona a la comunicación, generando distintas reacciones, según sea el ambiente en el que se desarrolle.

### **Comunicación en grupos pequeños.**

Es la comunicación que se produce entre grupos pequeños de tres o más personas, por ejemplo, puede darse en una pequeña reunión familiar o en un grupo de amigos, generando interacción entre los participantes.

Con base en lo anterior, hay características que hacen que un grupo establezca una conversación, los cuales pueden ir desde intereses en común hasta el contexto. Para ello Santos (2012), explica que:

Para concluir las características que definen a un grupo, es importante considerar que las normas tienen un gran peso en la comunicación: en la comunidad católica, nadie emplea el tuteo para dirigirse al sacerdote. Los profesores universitarios, en cambio, parecen cada vez más dispuestos a entablar un tono de la comunicación mucho más relajado que el que se estilaba tres o cuatro décadas atrás en el aula, siempre y cuando, tal acercamiento entre alumnos y docentes no derive en una negación de la autoridad que éstos últimos poseen por su lugar en la estructura educativa, pero, sobre todo, por su conocimiento. (p.24).

Por lo cual, se puede deducir que en este tipo de comunicación las personas que formen parte del grupo van a emplear un lenguaje relacionado al ambiente en el que se desarrolle la conversación.

### **Comunicación organizacional.**

Este tipo de comunicación a diferencia de los otros niveles se da en nivel más político y dentro de empresas, más que todo a un nivel interno, es decir va dirigido hacia los empleados de la organización. Este tipo de comunicación colabora a mejorar las relaciones laborales, cuando se logra hacer de manera asertiva y efectiva puede evitar malentendidos, chismes, entre otros.

Según Santos (2012), gracias a la comunicación organizacional se puede lograr que personas que pertenecen a diferentes puestos dentro de una organización trabajen por un objetivo común.

Es el resultado de la necesidad que la organización tiene de cumplir con los objetivos que la mantienen cohesionada y que dan sentido a sus actividades. De hecho, la predominancia de los propósitos comunes es un rasgo que caracteriza a las diferentes nociones de comunicación organizacional (p.25).

Por lo que, a pesar de poseer una posición diferente si la comunicación es efectiva va a lograr buenos resultados.

### **Comunicación masiva.**

La comunicación masiva es una de las más impersonales, ya que, es un mismo mensaje que va dirigida hacia varias personas en un momento simultaneo, en donde es o era casi imposible (antes del internet) poder obtener una respuesta del receptor.

Lo que según Santos (2012), se puede dar en dos corrientes de pensamiento fuertes, pero para resumir sería:

En primer lugar, la comunicación orientada a las masas se caracteriza por poner en circulación mensajes para una gran cantidad de receptores cuyo número resulta impreciso. Sólo puede establecerse que se trata de un conglomerado, y la comunicación diseñada a éste se opone por completo a los intercambios mucho más íntimos y cercanos (p.27)

Lo que quiere decir que la comunicación de masas es más amplia, por lo que debe emplearse en un lenguaje universal, ya que con certeza no se sabe a quién llegará y debe de poder ser entendido por cualquiera que lo reciba.

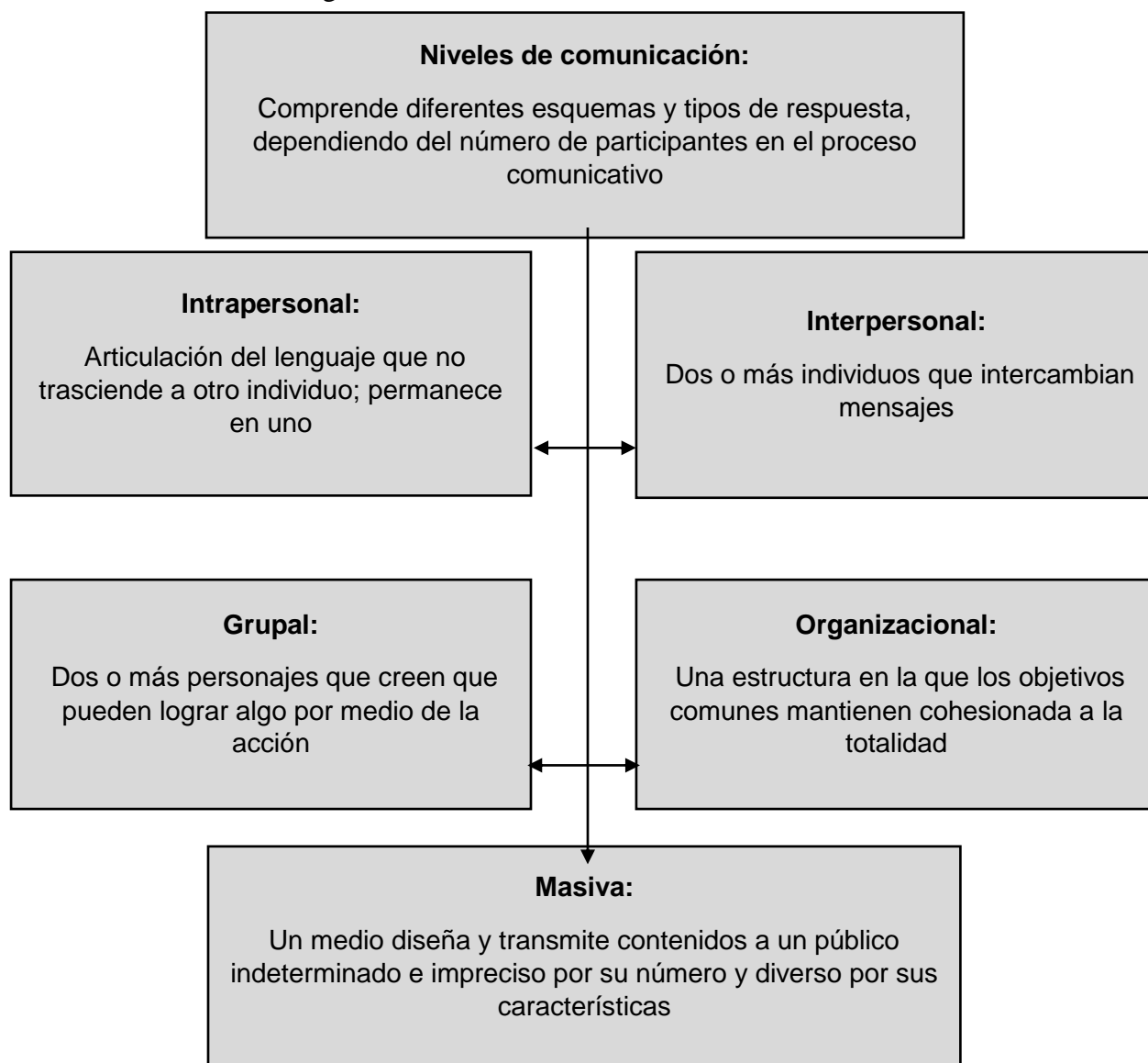
El estudio de las masas, sus definiciones y funciones dentro de la sociedad fueron estudiadas durante más de un siglo. Pero, la inquietud de varios investigadores toma mayor peso después de la Segunda Guerra Mundial, en el que la radio como medio de comunicación se populariza para las campañas electorales, como la propaganda de Hitler. Según Santos (2012):

Sin lugar a dudas, los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial fueron fecundos para la investigación de la comunicación de masas en los Estados Unidos, pues fue durante este periodo que se formaron importantes centros de investigación que ayudaron a comprender los efectos de los mensajes transmitidos por los medios de comunicación masivos y, dicho sea de paso, confirieron una estructura metodológica, al igual que

sustento científico a la propaganda de estado. Algunas de las instituciones que trabajaron intensamente para conocer cómo operaban los mecanismos de persuasión en los individuos y atrajeron el talento de psicólogos y sociólogos de Europa (principalmente de Austria) fueron la Oficina de Investigación Social Aplicada de la Universidad de Columbia y el Programa de Comunicación y Cambio de Actitud de la Universidad de Yale. (p.34)

Por lo que, se puede resaltar que desde antes de la guerra y como se mencionaba anteriormente, los medios de comunicación que dirigieron mensajes hacia las masas jugaron un papel fundamental. Los niveles de comunicación tienen características propias que los identifican a cada uno como un nivel, lo cual se puede ampliar con el siguiente mapa conceptual:

Figura 2: Características de los niveles de comunicación



Fuente: Elaboración propia tomado del libro Teorías de la comunicación (p.9).

### **Teorías de la comunicación**

Las teorías de comunicación están relacionadas a la comunicación de masas, que es la comunicación que analizaremos en esta tesis, son modelos de estudios de estas y cumplen funciones específicas y diferentes entre sí. Según Díaz (2012), teoría de la comunicación de masas se puede definir como:

Las teorías de la comunicación de masas, por lo tanto, son las que se encargan de esquematizar y dar un modelo que nos indique cuál es la manera en la que se llevan a cabo los actos comunicativos, así como sus efectos en cuanto al tiempo y al espacio dentro de un ámbito social. (p-8)

En otras palabras, son teorías que se crean para explicar patrones y efectos creados desde la comunicación en las relaciones humanas, a lo que Díaz (2012), agrega que “en términos más simples las teorías de la comunicación crearan modelos de estudio sobre y de las ciencias de la comunicación de masas que a su vez se encargan del análisis de los procesos interactivos de expresión humana”. (p.9).

Por lo que, durante la investigación se hablará de teorías de la comunicación relevantes y aplicables al contexto del trabajo, determinando la influencia que tiene los medios de comunicación sobre los temas de comunicación actuales.

### **Medios de comunicación**

Los medios de comunicación existen a partir de la comunicación masiva, va dirigido hacia una gran cantidad de personas que pertenecen a distintos estratos sociales, es decir, dirigido a un público heterogéneo.

Emelia Domínguez (2012) en su libro Medios de comunicación masiva lo define como: “Los medios de comunicación masiva (“mass media”), son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce y reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros” (p.12)

Además, agrega que tiene relevancia social, puesto que su principal objetivo es informar, formar y entretener.

Los medios de comunicación permiten mantener conectadas a personas de distintas partes del mundo, ya que, estas pueden mantenerse enteradas de lo que sucede fuera de sus fronteras. Por lo que Domínguez, (2012) concluye que:

De esta manera se puede inferir que los medios de comunicación masiva proporcionan modelos de conducta económica y de valores sociales, fomentan el consumo, la participación en la vida política y el desarrollo del sentimiento nacionalista, entre otros aspectos a considera (p.13).

Por otra parte, muchas personas hoy consideran que los medios de comunicación son una oportunidad de generar marketing, por lo que empresas pagan patrocinios de sus productos en medios de comunicación masiva. Dándole a los medios una participación diferente a lo conocido tradicionalmente.

## **Periodismo**

El periodismo se hizo presente en la historia como una forma de comunicación. Es considerada una ciencia social. Según La Real Academia Española, periodismo significa “Actividad profesional que consiste en la obtención, tratamiento, interpretación y difusión de informaciones a través de cualquier medio escrito, oral, visual o gráfico”.

Ruiz (2014), sostiene que el periodismo se encarga de intercambiar novedades en el contexto social brindando información, es una profesión que tiene una identidad muy particular y diferenciada de otras profesiones,

La identidad del periodismo como profesión se basa en el supuesto “lo creo cuando lo veo”. En nuestro mundo moderno no existe ninguna otra profesión donde sea tan amplia la brecha entre su indiscutible importancia para toda la sociedad y la percepción de sus límites, estructuras y competencias (p.25).

Además, Ruiz (2014) agrega que el periodismo es una profesión que brinda un servicio a la comunidad y su relevancia ha tomado un papel activo en la historia.

Dentro del ámbito mayor de la comunicación, ha adquirido una condición especial a lo largo de una extensa historia que estableció una diferencia entre el intercambio de noticias y sus orígenes en la comunicación interpersonal”. Así, mientras que intercambiar novedades con otras personas de nuestro entorno social constituye una actividad humana habitual y cotidiana, tal actividad requirió de una función social que determine la veracidad de los hechos y que distinga “lo real de los rumores”. Por ende, “relatar acontecimientos, informar hechos novedosos y al mismo tiempo discernir la verdad fáctica, son los principales elementos que definen el periodismo como una práctica cultural”. (p.26)

Por lo que el periodismo se convierte en un pilar fundamental de la sociedad y de la democracia abarcando información contrastada con hechos comprobados.

### **Periodismo económico**

El periodismo económico es una especialización del periodismo, enfocado en la economía, por lo que se puede creer que va dirigido hacia un público en específico y es que efectivamente, comúnmente es consumido por personas con intereses afines a la economía, lo que se llamaría un público especializado.

Sin embargo, es importante concientizar en que la economía involucra a todas las personas, por lo que debería de ser del interés del público en general, ya que puede afectar o beneficiar a personas de todos los estratos económicos.

Según Arrese (2006), los años 80’s fueron en los que el periodismo económico tomó fuerza, esto venía ligado al cambio de pensamiento que dejaba atrás al capitalismo, por lo que también, surgía la economía. Además, eso colaboró al nacimiento de varios medios de comunicación. Se puede ver identificado en el siguiente párrafo:

Junto a una prensa económica cada vez más frondosa, en los años 80 y 90 también surgieron en muchos países canales de televisión especializados (algunos, como CNBC y Bloomberg, con vocación global), cadenas de radio económicas (como Intereconomía, en

España, o Frankfurter Business Radio, en Alemania) e infinidad de páginas webs y portales económicos en internet. (p.43).

A lo que Arrese (2006), agrega que el surgimiento de nuevos medios de comunicación incentivo que medios dirigidos a las finanzas y negocios pudieran ganarse un lugar.

En lo que se refiere a los medios generalistas, la economía –sobre todo los negocios y las finanzas– pasó a ser contenido de importancia capital en la prensa de calidad, con lo que ganó autonomía y espacio en secciones cada vez más extensas y completas. En estos años se produjeron remodelaciones profundas de secciones económicas en grandes periódicos: la ampliación de contenidos de “Business Day” (New York Times, 1995), la creación de una sección de economía familiar y finanzas personales en The Times (2000), la renovación de las páginas financieras del Frankfurter Allgemeine Zeitung (1999) y la aparición de “Corriere Soldi” (Il Corriere della Sera, 1997), por citar algunos casos. (pp. 43-44).

Por lo que, a medida que los medios económicos fueron tomando más fuerza y se fueron creando secciones en medios de comunicación conocidos, los casos de estafas y corrupción se volvieron más comunes en las publicaciones. De acuerdo con Arrese (2006), los medios evidenciaron comportamientos y crearon polémica.

Con el cambio de siglo, a esa intensa presencia de contenidos económicos en todos los medios se uniría la polémica en torno a la cobertura informativa de escándalos como los de Enron y WorldCom, o fenómenos como la exaltación mediática de una “Nueva Economía”. Estos y otros acontecimientos han puesto en el primer plano de la actualidad profesional la capacidad de medios y periodistas para hacerse cargo con solvencia de las complejas realidades que conforman la vida económica, empresarial y financiera. También han intensificado los trabajos encaminados a analizar de forma más incisiva los efectos de los medios en los mercados de capitales y en el comportamiento de los distintos agentes económicos.

Asimismo, Arrese (2006), menciona que el periodismo económico presenta dificultades en la forma en la que es transmitido al público por el lenguaje que se utiliza.

Abordar la complejidad de la actualidad económica, financiera y empresarial, se debe tener en cuenta que hay tres procesos de simplificación que actúan conjuntamente en la actividad informativa que se ocupa de ella. En primer lugar, la simplificación propia del quehacer periodístico, sujeto a todo tipo de limitaciones espacio-temporales, profesionales y lingüísticas. En segundo lugar, la simplificación que deriva del carácter abstracto del conocimiento económico, que para dar sentido a la realidad debe trabajar con ideas, conceptos y términos que sintetizan, mediante modelos y generalizaciones estadísticas, los actos y decisiones de una multitud de agentes económicos. Por último, como sucede también en otros ámbitos del periodismo científico, en la información económica el periodista tiene la obligación de acercar y hacer atractivos para los destinatarios unos asuntos de por sí grises, muchas veces excesivamente técnicos y a menudo poco interesantes. (p.44).

De este modo, se puede decir que la realidad económica se debe de trabajar desde un lenguaje sencillo, facilitándolo para quien decida informarse en dicho campo.

En resumen, el periodismo económico es un tema que se viene trabajando con fuerza desde los 80's y uno de los conflictos con los que se topó a lo largo de los años, es el uso de tecnicismos. Por lo que, es importante recordar la importancia del uso de lenguaje universal, respetando la esencia del mensaje.

### **Periodismo en internet**

Para nadie es un secreto que el internet revolucionó la forma de consumo, por lo que muchas empresas tuvieron que cambiar y emigrar a plataformas digitales para poder conectarse con sus consumidores y los medios de comunicación no fueron la excepción. En Costa Rica, los medios de comunicación se encuentran mayoritariamente en páginas web y redes sociales, aunque muchos aún mantienen su versión impresa.

Para Domínguez (2012) existen cuatro tipos de medios, los primarios, los secundarios, los terciarios y los cuaternarios. Los medios digitales son considerados como cuaternarios.

Medios cuaternarios (medios digitales): los denominados nuevos medios de comunicación son el producto del avance tecnológico. Permiten que los individuos se comuniquen de manera bilateral y masiva al mismo tiempo, acortan distancias entre

individuos y utilizan lo último de la tecnología para facilitar la comunicación con una alta calidad de emisión y recepción de los mensajes, lo cual resulta de menor calidad con medios incluidos en otras clasificaciones. Ejemplo de medios cuaternarios: internet, celulares, televisión satelital, televisión HD, entre otros. (p.16).

Una relevancia que tienen los medios digitales a diferencia de los medios tradicionales es que permiten la interacción en tiempo real del emisor (el medio de comunicación) con el receptor (el público meta).

### **Agenda Setting**

La Agenda Setting es la teoría de la comunicación que habla de como un medio ya sea digital, televisión, radio o prensa escrita, influyen en las agendas de temas que habla el público. Además, dependiendo de la importancia que le den los medios al tema, esa misma importancia se verá reflejada en el público.

Según Carolina Carazo (2018), en su estudio “Periodismo y agenda setting: una discusión sobre el interés por asuntos públicos de la ciudadanía” indica que los creadores de esa teoría son McCombs y Shaw.

La teoría de la fijación de la agenda nació hace más de cuarenta años cuando en 1972, McCombs y Shaw publican el primer estudio sobre el tema. Con su investigación sobre el poder de los medios de comunicación para fijar la agenda del público durante una campaña electoral en la comunidad de Chapel Hill, se dio inicio a una corriente de investigación que ha producido cientos<sup>3</sup> de estudios empíricos en los más diversos contextos sociales. (p.17)

A lo que Carazo (2018), agrega que la agenda se puede ver aplicada en temas políticos y que tiene importancia en la agenda de los medios de comunicación.

Para McCombs, se trata de una teoría de las ciencias sociales que mapea con bastante detalle la contribución que hacen los medios de comunicación a lo que el público sabe sobre política y asuntos públicos: la idea teórica básica es que los elementos prominentes en la agenda de los medios no solo se hacen prominentes en la agenda del público, sino que también son considerados por el público como especialmente importantes (p.17).

Además, McCombs (2014) citado por Carazo (2018), indica que a lo largo de los años la teoría ha sufrido cambios referentes a las corrientes de pensamiento.

En cuarenta años de historia, la teoría ha evolucionado. El propio McCombs (2014) habla de tres niveles: en el primer nivel, las investigaciones responden a la pregunta “¿sobre qué pensamos?” (sobre qué asuntos); el segundo nivel se pregunta “¿cómo pensamos sobre esos asuntos?, ¿cuáles son sus atributos?”; y el tercer nivel, que es relativamente nuevo (como se verá más adelante, sus inicios datan del año 2011) investiga sobre el poder de los medios para transferir las relaciones que hay entre asuntos y atributos a la agenda del público. (p.17).

Algunos de los cambios a los que se enfrenta esta teoría es el nuevo mundo digital que cambió la forma de comunicar e informar a la población, por lo que Carazo (2018) menciona que:

En un contexto mediático hipersaturado, con nuevas plataformas en línea y la aparición de redes sociales que crean más noticias e información de las que cualquier persona puede consumir “el enfoque tradicional de fijación de la agenda que traza una lista de asuntos o atributos tal y como aparece en la cobertura de noticias y luego en encuestas públicas parece insuficiente para captar la complejidad del entorno mediático actual” (Guo y Vargo, 2015, p. 55910). Neuman et ál. (2014) coinciden al afirmar que: “en un mundo de medios digitales en evolución y públicos en línea, las dinámicas de las agendas de asuntos se están volviendo más complejas” (p.194) (p.18).

Por lo que, es realmente importante tomar en consideración que, a pesar de que existe una teoría que habla sobre cómo influyen los medios de comunicación en temas políticos, sociales y económicos de los que hablan la sociedad y con **cuánta** importancia lo inducen, hoy también las redes sociales se convierten en una influencia en la comunicación e interacción de las personas.

### **Teoría del Cultivo**

Según Díaz (2012), con esta teoría de comunicación existe una especie de realidad aumentada a un suceso, exponiendo casos que sobresalen a la realidad.

En la teoría de cultivo se plantea la idea de que la sociedad se expone a los medios masivos de comunicación en los que se plantea una realidad que no existe, una realidad

ficticia. “{...} Los grandes consumidores de televisión están expuestos a la distorsión de la realidad que se traduce en una percepción distorsionada de la realidad” (p.44).

De acuerdo con Díaz (2012), esta distorsión de la realidad puede verse aplicada en ejemplos cotidianos y pueden llegar a normalizarse, aunque no sean encontrados en reales.

Un claro ejemplo de esto lo podemos ver reflejado en las pantallas de televisión. Cuando un público se enfrenta a una película Hollywoodense no hace sino observar exageraciones de la realidad, las que llega a creer son posibles y justas, aun cuando éstas no correspondan a lo que ocurre en la vida diaria. (p.44)

No obstante, esas exageraciones no se encuentran solo en las películas, sino que según Díaz (2012), pueden encontrarse en noticias que los medios de comunicación le presentan al público.

Incluso en los noticiarios se nos plantea la parte emotiva. Por ejemplo, cuando nos presentan el caso de fenómenos naturales que acaban con toda la población de un país pobre. Para muestra, el famoso caso ocurrido en Haití, en donde familias enteras perdieron familiares y todas sus pertenencias en las que se incluyen casas y alimento. Los noticieros nos presentaban la nota en forma tal, que nos yació un sentimiento de compasión y de ayuda a los que en ese momento se llamaban ya ‘hermanos’. La finalidad de que todo esto pase, según esta teoría, es que por medio del “cultivo de representaciones del mundo social {...} exista una homología y homogeneidad”.<sup>36</sup> Es decir, que la audiencia actúe de la misma manera y se propague la prolongación del sistema, y de esta forma la clase dominante siga en el poder. (p.45).

Lo que quiere decir, es que los medios de comunicación de manera discreta insertan ideas en la sociedad, aunque estas no sean reales, haciendo que la población las asimile como reales para mantener un dominio sobre esta.

### **Aguja Hipodérmica**

En la Teoría de la Aguja Hipodérmica o Bala mágica, se habla de que los medios de comunicación tienen la capacidad de crear pensamientos, estereotipos y temas de conversación.

Según Díaz (2012) pueden ser responsables de crear corrientes de pensamientos entre su público.

En esta teoría, la explicación que se da de los medios de comunicación es que éstos, de forma inductiva, marcan las pautas en cada uno de los individuos sobre cómo tienen que actuar y ser, sin que exista una amplitud de bagaje que les permita hacer una selección y optimización de la información recibida. (p.28)

Por consiguiente, la teoría muestra que los medios de comunicación inducen comportamientos para quienes reciben los mensajes que transmiten. Por lo que Díaz (2012), indica que el 11 de septiembre es un ejemplo de los patrones que crean los medios.

Basta con pensar un poco en el famoso 11 de septiembre. Los noticiarios nos sembraron la semillita de que los de Medio Oriente son criminales, sólo hay que ver el desastre que éstos provocaron en la potencia más fuerte del mundo, y la falta de piedad que tuvieron contra hombres y mujeres, para creer que lo mostrado por los medios es cierto. Una vez que se ha mitificado una idea, es muy difícil desmitificarla, cambiarla. (p.29)

Por lo que, basados en este postulado, se puede decir que ya una vez que una idea creada por los medios se establece entre el público, con dificultad, se podrá asimilar de otra manera.

## **Economía**

De acuerdo con Marcela Astudillo y Jorge Paniagua (2012), en su libro Fundamentos de Economía, esta se define como “Ciencia que estudia la forma en que las sociedades, con sus recursos escasos y limitados, deciden qué se produce, cómo y para quién” (p.14).

Además, Astudillo et al (2012) agregan que la economía permite adquirir recursos y cubrir necesidades básicas.

La economía nació en 1776, con la publicación del libro La riqueza de las naciones de Adam Smith, desde entonces se han desarrollado muchas teorías útiles; pero sigue la búsqueda de respuestas para muchos problemas económicos. Esta disciplina ha sido definida por varios autores. (pp. 24-25).

Desde ese momento, se dio a conocer la importancia de la economía en aspectos cotidianos, por lo que para Astudillo et al (2012), es definido como:

En todas estas definiciones hay tres cuestiones básicas. En primer término, está la escasez de recursos; o sea, de los factores de producción: tierra, trabajo, capital y tecnología. Estos recursos son escasos porque se necesitan para producir cualquier bien o servicio y sólo existen en cantidades limitadas. (p.25).

Además, el conocimiento de esta materia ayuda a comprender temas de afectaciones tanto en la economía personal como en la de un país, por lo que para Astudillo et al (2012) es importante ejemplificar la función de la economía:

El conocimiento de esta disciplina ayuda a entender la manera en cómo afectan a la población las medidas de política económica que cotidianamente toman las autoridades correspondientes. Por ejemplo, el incremento en el impuesto al valor agregado (IVA) que tiene un efecto directo en los precios; o bien, la disminución del impuesto sobre la renta (ISR) en los estratos de mayores ingresos, que favorecerá una mayor concentración de la riqueza. (p.23)

Sin embargo, el estudio de la materia económica ayuda a comprender los bienes que deben o no ser producidos y para Astudillo et al (2012), debe de definido por la sociedad.

También la economía trata cuestiones muy importantes para la sociedad como son, por ejemplo, decidir qué bienes producir, cómo hacerlo y para quién. ¿Conviene sembrar frijol o maíz para satisfacer las necesidades alimenticias de la población? o es preferible producir forraje para el ganado? o ¿es mejor invertir en viñedos para exportarlos? (p.24).

Con base en los postulados expuestos por Astudillo M et al, se puede decir que la economía está presente en la sociedad y tiene efectos directos sobre ella, por lo que comunicar correctamente sobre esto tiene gran importancia.

### **Ciclo económico**

El ciclo económico es un proceso que surge en la economía de un país (macroeconomías), esto para indicar su evolución. Existen cuatro tipos de ciclos: ciclo Kitchin, ciclo político

financiero o presidencial, ciclo Kuznets y ciclo de hegemonía mundial. Según Astudillo M et al (2012):

El ciclo Kitchin, es económico y el de menor duración que se conoce, tiene un periodo de tres a cinco años y es causado por los cambios de inventario de las empresas. El ciclo político financiero presidencial en México tiene una duración de seis años y es provocado por la interrelación de la actividad financiera y las decisiones políticas. El ciclo Kuznets tiene una duración promedio de 20 años, está ligado principalmente al sector de la construcción y a las olas de inmigración. El ciclo de hegemonía mundial tiene una duración de 100 a 150 años y se basan en el ascenso, maduración y decadencia de las potencias hegemónicas (Sandoval, 2006). (p.95).

El ciclo económico cumple una función de medición muy importante en la economía de un país, dependiendo del estado en el que se encuentre un territorio se podrá observar los niveles de desempleo y por ende los porcentajes del PIB. Por lo que para Astudillo et al (2012), es importante resaltar:

Las fluctuaciones del PIB a precios constantes reflejan el momento del ciclo en que está situada la economía. La tendencia del mismo permite evaluar la senda de crecimiento. En un ciclo económico se identifican cuatro fases, las cuales se identifican por el nivel de crecimiento económico, sus repercusiones en el empleo y en la inflación (Barlevy, 2010: 97) (p.95).

El ciclo tiene cuatro fases la de expansión, el auge, la contracción y la recesión, cada una secuenciada por un periodo de tiempo. Astudillo et al (2012) las definen como:

**Recesión:** También llamado fondo, es el punto más bajo del ciclo económico, en esta fase la actividad económica es muy baja, hay un alto desempleo y la inflación tiende a disminuir.

**Expansión:** En esta etapa se recobra el ritmo de crecimiento, empieza a disminuir el desempleo y los precios tienden a subir.

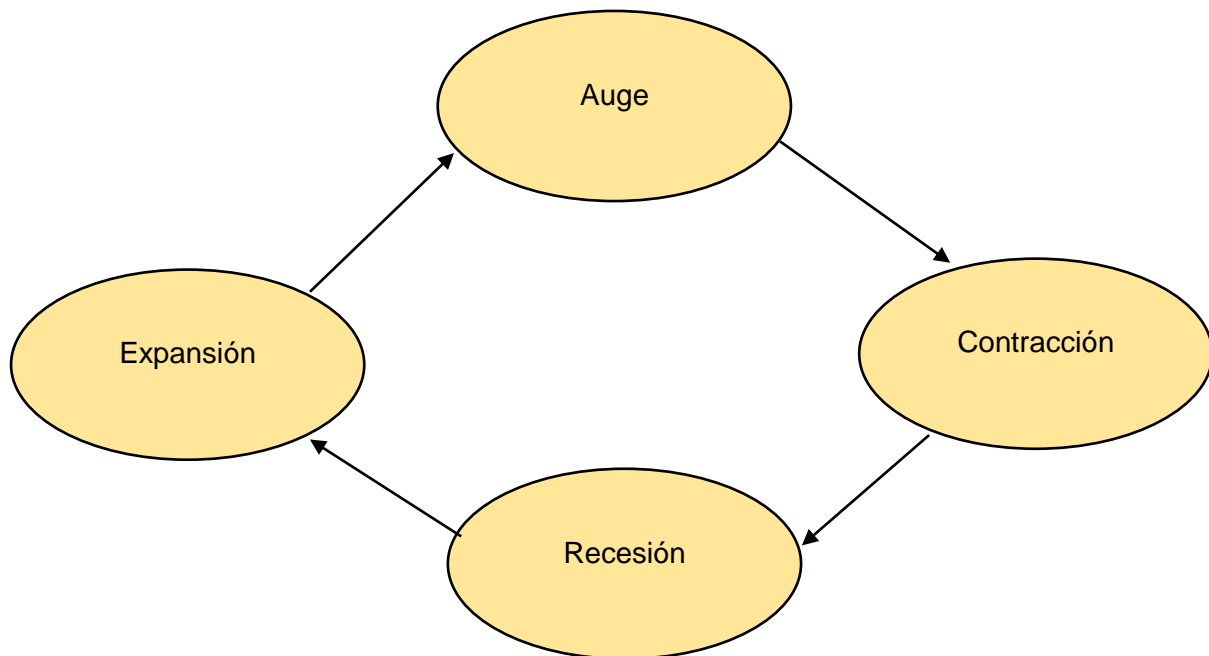
**Auge:** También llamado cima, es el punto más alto del ciclo económico, se incrementa al máximo la producción, el desempleo es bajo y la inflación es alta.

Contracción: En esta fase del ciclo económico empieza a disminuir el ritmo de la actividad económica, lo que se manifiesta en una baja de la tasa de crecimiento del PIB, menor empleo y también habrá menos inflación (Wickens, 2008). (p.95).

Lo anterior es un ejemplo de cómo funcionan los ciclos económicos. Para complementar, está la siguiente ilustración.

Figura 3

Ejemplos de ciclos económicos



## **Desempleo**

El desempleo contempla al sector de la población que no se encuentra laborando y que por distintos motivos no logran encontrar empleo. Sobre el tema Astudillo M et al (2012), indican que:

El desempleo es la fracción de la población activa que no puede encontrar empleo. La tasa de desempleo mide a la población desocupada que busca trabajo y no lo encuentra. Se denomina población económicamente activa (PEA) a todas las personas que están en edad de trabajar, independientemente de que tengan o no empleo. (p.91).

Además, el desempleo puede ser calculado mediante una fórmula, que de acuerdo con Astudillo et al (2012), se mide como: “La tasa de desocupación se calcula como un porcentaje entre la población desocupada y la población económicamente activa, sin tomar en cuenta otras formas de precariedad laboral” (p.91).

El desempleo es una problemática actual, contra la cual la mayoría de los países latinoamericanos se encuentran luchando. Para Astudillo et al (2012), para disminuir esta situación se requiere una reactivación del comercio local.

Para disminuir el desempleo se requiere un incremento en el gasto total de la economía, por lo que se debe estimular el consumo de las economías locales, la inversión de las empresas, el gasto público o las exportaciones. Al incrementarse la demanda de un bien o servicio se deberán producir más unidades del mismo y, por lo tanto, se ocuparán más personas en su producción. Y esto es probable porque la tendencia es a que las máquinas reemplacen a los trabajadores. Abatir el desempleo significa que la mayor parte de la población participa en el proceso de producción con lo que obtienen los medios para satisfacer sus necesidades materiales. (p.92).

Del mismo modo, que aumenta el desempleo se puede observar el incremento en el empleo informal. De acuerdo con Astudillo et al (2012), también crea evasión de impuestos.

En los indicadores del empleo no se cuantifican las actividades que se realizan en la economía informal. A ésta se le denomina como la actividad económica oculta por

razones de evasión fiscal o de control administrativo, por ejemplo, la venta ambulante. (p.92).

También, el desempleo se encuentra en relación con el PIB, ya que al disminuir se puede inferir que disminuyó la producción en actividades económicas, por ende, hay menos capacidad para emplear. Según Astudillo et al (2012), esta relación se puede establecer como:

El crecimiento económico se mide por el PIB. Hay una relación inversa entre crecimiento económico y desempleo, ya que cuando el PIB aumenta el desempleo disminuye. Esta relación se explica porque una economía que crece produce más bienes y servicios y, por lo tanto, requiere de más personal trabajando. (p.96).

Según lo que se describe anteriormente, el desempleo es un punto clave para medir la afectación que sufre el país, ya que, aunque el año no haya concluido, se puede ir observando la afectación que tendrá el PIB.

### **COVID-19 y la economía**

El coronavirus impactó al mundo en diferentes aspectos, pero uno de los más fuertes es la economía. De acuerdo con el Banco Mundial (2020), en un comunicado de prensa titulado “La COVID-19 (coronavirus hunde a la economía mundial en la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial”, el virus causó una contracción económica mundial.

A raíz de las graves distorsiones a la oferta y la demanda internas, el comercio y las finanzas, se prevé que la actividad económica de las economías avanzadas se contraerá un 7 % en 2020. Se espera que los mercados emergentes y las economías en desarrollo (MEED) se contraigan un 2,5 % este año, su primera contracción como grupo en al menos 60 años. (párr.2).

Lo que se describe anteriormente, se puede tomar como efectos que el COVID-19 ya reflejó en la economía mundial y como el título del artículo lo dice, un golpe mundial. De acuerdo con el Banco Mundial (2020), hay países que se vieron más afectados que otros, ya que dependen en gran medida de otros países.

Los efectos están siendo particularmente profundos en los países más afectados por la pandemia y en aquellos que dependen en gran medida del comercio internacional, el turismo, las exportaciones de productos básicos y el financiamiento externo. Si bien la magnitud de las perturbaciones variará en función de la región, todos los MEED acusan vulnerabilidades que se ven agravadas por las crisis externas. Asimismo, la suspensión de las clases y las dificultades de acceso a los servicios primarios de atención de salud probablemente tengan repercusiones a largo plazo sobre el desarrollo del capital humano. (párr. 3).

Como se explica a lo largo de este capítulo, la economía es una cadena, por lo que el hecho de que el virus esté afectando al mundo entero, ocasiona disminuciones en las exportaciones afectando la cadena de producción.

Para el Banco Mundial (2020), hay puntos clave que se vieron y se verán afectados en el transcurso de la pandemia:

- **Efectos sobre las cadenas de valor mundiales:** Las perturbaciones a las cadenas de valor mundiales pueden agudizar los efectos de la pandemia sobre el comercio, la producción y los mercados financieros.
- **Consecuencias de la pandemia a largo plazo:** Las recesiones profundas, en general, tienen efectos perjudiciales y de largo plazo sobre la inversión, van en detrimento del capital humano debido al desempleo que ocasionan y provocan un repliegue del comercio internacional y las relaciones de suministro.
- **Consecuencias macroeconómicas regionales:** Cada región acusa vulnerabilidades singulares frente a la pandemia y la desaceleración económica que produce.
- **América Latina y el Caribe:** Las perturbaciones originadas por la pandemia harán que la actividad económica se desplome un 7,2 % en 2020. (párr- 13-19)

Por lo que, según los estudios del Banco Mundial, se puede decir que el virus dejará gran afectación en la economía del mundo, afectando a unas regiones más que a otras, por consiguiente, también habrá mucha información la cual se deberá transmitir a los ciudadanos.

## **Internet**

El internet es uno de los inventos más revolucionarios, ya que con su llegada cambió la forma en la que se solían realizar ciertos trabajos como, por ejemplo, enviar una carta, ya que el internet trajo el e-mail, con el cual ya no se requería enviar correos físicos. Aún hoy, el internet sigue evolucionando e innovando.

Según Castells (2000), el internet se vio por primera vez alrededor del año 1969, de manera experimental por lo que aún no era para todo el público, por lo que el internet como se le conoce a hoy se vio en 1994, con la exposición del World Wide Web (WWW).

Castells (2000), define el internet de la siguiente forma: “Se trata de una red de redes de ordenadores capaces de comunicarse entre ellos. No es otra cosa. Sin embargo, esa tecnología es mucho más que una tecnología. Es un medio de comunicación, de interacción y de organización social.” (p.1).

Según el autor, el internet tiene una capacidad de comunicación que, además, en la actualidad lo convirtió en una red de información fuerte. Por lo que, para Castells (2000), lo convierte en algo esencial en el proceso de interacción humana.

Pero en lo esencial, esto significa que Internet es ya y será aún más el medio de comunicación y de relación esencial sobre el que se basa una nueva forma de sociedad que ya vivimos, que es lo que yo llamo la sociedad red. Pese a ser tan importante, Internet es tan reciente que no sabemos mucho sobre ella. Y en esa situación, cuando hay un fenómeno de gran relevancia social, cultural, política, económica, pero con un escaso nivel de conocimiento, se generan toda clase de mitologías, de actitudes exageradas. Yo creo que muchos intelectuales europeos y españoles ya han entendido, analizado, criticado, rechazado Internet, señalando, por anticipado, todas las posibles alienaciones que va a generar. (p.1).

Asimismo, además de ser innovador, fue una nueva posibilidad que se abrió para poder comunicar y tener acceso a informaciones de cualquier parte del mundo.

## **Redes Sociales**

El internet revolucionó la forma de comunicarse, evolucionándola a diferentes posibilidades y no sólo la que se conocía de persona a persona de manera presencial. A su vez con el internet y la conexión a diferentes redes, llegaron las redes sociales, creadas para poder

interactuar con inmediatez con personas que se encuentren lejos, haciendo posible las conexiones personales de manera virtual y sin importar la hora ni el lugar.

Según Garita (2016), estos cambios en la forma de interacción personal e inmediatez se vienen generando desde el año 1991, con la Guerra del Golfo Pérsico.

La Guerra del Golfo Pérsico de 1990-1991, cuando se transmitió en los noticieros mundiales, gracias a la asociación de cadenas de televisión por medio de red satelital. Esto permitió que los espectadores pudieran observar el lanzamiento de los misiles en el mismo momento en que estos fueron lanzados; sin embargo, ha sido la red internet la que ha revolucionado la comunicación e intercambio de conocimiento del diario vivir. (párr.7)

Las redes sociales son un recurso que permiten la interacción entre personas sin importar el lugar en el que se encuentren, esto por medio de la web Garita (2016), define redes sociales como:

Son sistemas que permiten la interacción o relación con otros individuos por medio de la red internet, sin importar el nivel de amistad o conocimiento que se tenga entre uno y otro, pero con apenas algún nexo en común, dado a nivel laboral, familiar, estudiantil o simplemente por temas de intereses comunes. Son redes porque se conforman de nodos, que en este particular son las personas y las interconexiones entre los nodos, son dadas por la red internet. (párr. 15).

A lo que Garita (2016), agrega que la inmediatez de poder contactarse con otra persona se convirtió en giro más grande que le dieron las redes sociales, tanto al internet como a la comunicación. Añadido a lo anterior, se puede decir que le da un cierto poder a las personas de poderse expresar libremente.

La posibilidad de que cualquier persona sea parte de la red social confeccionando su propio perfil, con el cual puede expresarse libremente cuando quiera, ha encantado a la sociedad, que cada día incrementa los números de nuevas cuentas a estos sitios con el fin de compartir sus pensamientos, quejas u opiniones con sus amigos, en total libertad de expresión. (párr 19).

Ese mismo poder de la libertad de opinión, creó una problemática con respecto a la circulación de información falsa en redes sociales, ya que muchas personas utilizan sus redes para

hacer “denuncias públicas”, de las cuales muchas veces no han corroborado la información. De acuerdo con Garita (2016), esa posibilidad se ha ido extendido cada vez más, dando una participación a los ciudadanos.

Esta dinámica social da como resultado un marcado individualismo, el cual se centra en el yo pienso, opino y denuncio, sin importar la posición social del denunciante y de la situación denunciada. Permitiendo, una democratización de la opinión pública. Por medio de las redes sociales, todos opinan lo que quieren a título personal, sin importar lo atinente, informado o desinformado del comentario. (párr. 20).

Por ende, involucró más a los ciudadanos en la parte de opinión pública sobre hechos noticiosos y que tiene algún impacto en la sociedad.

## **Facebook**

Es una red social, utilizada para postear fotos, pensamientos, conectarse con amigos, entre otros. Además, esta aplicación viene tomando fuerza en los últimos años como una red utilizada para informarse, por lo que, la mayoría de los medios de comunicación postean sus notas dentro de la app, lo que permite la interacción con el público.

De acuerdo con Siles I, Campos P, Segura A (2018) en su estudio “Sitios costarricenses de noticias en Facebook: ¿Qué “likean”, comentan y comparten sus usuarios?, a nivel mundial el internet se ha convertido en una fuente de información.

El consumo de noticias a nivel mundial ha migrado paulatinamente a Internet. Según el Pew Research Center: entre millenials<sup>1</sup>, Facebook es por mucho y de lejos la fuente más común de noticias sobre el gobierno y la política. [...] Aproximadamente 6 de cada 10 millenials (61%) que utilizan la Web reportaron haber obtenido noticias políticas en Facebook. Esto es 17 puntos porcentuales más que la siguiente fuente de noticias más consumida por millenials (CNN con 44%) (2015, párr. 1, cursiva del autor). (p.38).

Del mismo modo, Siles et al (2018), agregan que el incremento de consumo de noticias por medio de redes sociales se debe al fácil acceso que han creado los dispositivos móviles como tabletas y teléfonos celulares.

De manera similar, el estudio anual realizado por UNIMER para El Financiero señala que el consumo de noticias en redes sociales ha ganado un auge notable en Costa Rica desde hace algunos años. En ese informe, se detalla que, para el 2015, un 40% de la población consultada en el país reportaba el consumo de noticias como una de las cuatro principales actividades realizadas en Facebook (UNIMER, 2015). Este crecimiento de las noticias online ha acompañado de manera paralela una disminución considerable del consumo de noticias en los llamados medios de comunicación “tradicionales” (la televisión, la radio y los medios impresos). (p.38).

Por lo que se puede decir, que a pesar de que los medios de comunicación tradicionales se mantienen en pie, Facebook se está constituyendo como una alternativa para los costarricenses para el consumo de noticias. Uno de sus atractivos es la interacción que puede generar con los usuarios.

### **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

En este capítulo se definirán detalles importantes de la investigación, por ejemplo, el enfoque y los instrumentos que se utilizarán. Asimismo, se incluirán detalles sobre los métodos y sujetos a estudiar.

#### **Enfoque de la Investigación**

Según Hernández et al (2014), la investigación se define como “conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” (p.4). Es importante resaltar, que las investigaciones se realizan con el fin de buscar nuevo conocimiento y añadir valor teórico en temas específicos.

Cada estudio, buscar probar nuevos métodos dependiendo del enfoque de la investigación buscará medir resultados, probar algo, reforzar teoría, entre otras. Con esto se quiere dar a

entender que existen diferentes tipos de investigaciones que contienen características similares por lo que se pueden agrupar principalmente en dos enfoques; el cualitativo y el cuantitativo a pesar, de que existe un tercero, el mixto, que es la combinación de los dos primeros.

De acuerdo con Hernández et al (2014), “Ambos enfoques emplean procesos cuidadosos, metódicos y empíricos en su esfuerzo para generar conocimiento, por lo que la definición previa de investigación se aplica a los dos por igual” (p.4).

Para ello se estarán definiendo los tres enfoques de la investigación y según las características se estará tomando el que más se adecúe a esta investigación.

Con respecto al enfoque cuantitativo, en este se siguen pasos para poder comprobar hipótesis que plantea el investigador y así, poder llegar a una conclusión sobre lo investigado. Según Hernández et al (2014), definen este enfoque como: “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías.” (p.4).

Por lo que podríamos decir, que el enfoque cuantitativo se basa más en analizar datos, números y estadísticas, algo más número y medible.

Por otra parte, se encuentra el enfoque cualitativo que se debe a la recolección de datos e interpretación de estos. De acuerdo con Hernández et al (2014), “Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.” (p.7).

No obstante, existe otro enfoque que se puede utilizar en la investigación, el que se denomina mixto, que es una combinación entre el cualitativo y el cuantitativo. Como se ha venido explicando cada investigación requiere de métodos diferentes para poder brindar mejores resultados. De acuerdo con Hernández et al (2014), el mixto es un recurso que ayuda a explicar mejor un fenómeno.

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor

entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008. (p.534).

En vista de las características y los objetivos planteados en esta investigación, el enfoque que utilizará este estudio será cualitativo. De acuerdo con Hernández et al (2014), este tipo de método se basa en la recolección de datos sobre fenómenos específicos que se vayan a abordar durante el proceso, “Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p.7). A esto, los autores agregan:

El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio (p.7).

Es decir, está enfatizado en la parte social, en la búsqueda e interpretación de datos, no busca responder a cuántos, sino a cómo. Lo que en este caso en específico busca el estudio es responder a cómo se da el manejo y tratamiento de la información durante un fenómeno (pandemia del COVID-19), específicamente en el medio de comunicación El Financiero.

## **Método**

De acuerdo, con lo formulado durante esa etapa, hay que seleccionar el método que más se adapte al estudio y a su respectivo enfoque. El método es el proceso por seguir según los objetivos, esto con el fin de poder obtener los resultados que se desean con la investigación.

Barrantes (1999), define método como “un conjunto de principios generales que sientan las bases de la investigación. Es un procedimiento concreto que se emplea, de acuerdo con el objeto y los fines de esta, para organizar los pasos y propiciar resultados coherentes” (p.49).

A continuación, se detallará cada uno de los métodos existentes y su importancia, para determinar el que mejor se adapte a la investigación.

### **Teoría fundamentada**

Según Hernández et al (2014), el investigador genera una explicación entorno al fenómeno, a lo que agregan que “Su propósito es desarrollar teoría basada en datos empíricos y se aplica a áreas específicas.” (p.472). Adicional, Hernández et al (2014), mencionan:

Tiene como rasgo principal que los datos se categorizan con codificación abierta, luego el investigador organiza las categorías resultantes en un modelo de interrelaciones (codificación axial), que representa a la teoría emergente y explica el proceso o fenómeno de estudio (codificación selectiva) (p.475).

Por lo que se puede decir, que la teoría fundamentada provee un sentido sólido que ayuda a explicar el fenómeno.

### **Etnográficos**

Los diseños etnográficos están relacionados a la cultura. De acuerdo con Hernández et al (2014), “Investigan grupos o comunidades que comparten una cultura: el investigador selecciona el lugar, detecta a los participantes, de ese modo recolecta y analiza los datos. Asimismo, proveen de un “retrato” de los eventos cotidianos.” (p.485).

Por lo que, los autores aconsejan excluir la posición del investigador acerca del tema, para evitar incluir su opinión y que influya en la investigación.

### **Narrativo**

En este tipo de investigación, son cruciales los testimonios vivenciales de quienes formaron parte del suceso. Según Hernández et al (2014), el diseño narrativo se da en un orden secuencial.

El investigador contextualiza la época y lugar donde ocurrieron las experiencias y reconstruye historias individuales, los hechos, la secuencia de eventos y los resultados e identifica categorías y temas en los datos narrativos, para finalmente entretejerlos y armar una historia o narrativa general. (p.487).

Por lo que se puede decir que el relato contado desde la experiencia tiene gran valor en este tipo de diseño.

### **Fenomenológico**

De acuerdo con Hernández et al (2014), este tipo de diseño al igual que el narrativo, se centra en las experiencias de las personas “Su propósito principal es explorar, describir y comprender las experiencias de las personas con respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias” (p.493).

Sin embargo, los autores agregan, que existen diferencias entre ambos diseños y por ello es importante conocerlo y reseñarlo. Hernández et al (2014), señala la diferencia:

La diferencia entre el diseño narrativo y el diseño fenomenológico es que el primero se enfoca en la conexión o sucesión de eventos (el punto de vista cronológico o la historia secuencial) y el segundo en la esencia de la experiencia compartida. El fenómeno se identifica desde el planteamiento y puede ser tan variado como la amplia experiencia humana. (p.493)

### **Investigación-acción**

Según Hernández et al (2014), este tipo de diseño se centra en resolver problemáticas “Su precepto básico es que debe conducir a cambiar y por tanto este cambio debe incorporarse en el propio proceso de investigación. Se indaga al mismo tiempo que se interviene” (p.493).

Además, Hernández et al (2014), agrega que “En ésta los participantes pueden fungir como coinvestigadores ya que necesitan interactuar de manera constante con los datos. Del planteamiento a la elaboración del reporte.” (p.501).

Con referencia a lo anterior y debido a la naturaleza de este estudio, el método de investigación que más se adapta es el fenomenológico, debido a que busca las experiencias y perspectivas de diferentes personas que viven bajo un mismo contexto de un fenómeno. Esto

brindará la posibilidad de tener una visión más amplia acerca de cómo maneja el medio de comunicación El Financiero la información económica con el COVID-19.

### **Sujetos y Fuentes de Información**

Las fuentes de información forman parte fundamental de un estudio, es una parte primaria, con la que se logran descubrimientos importantes. Para lograr el objetivo de esta investigación, se recurrirán a fuentes documentales (análisis de contenido).

Las fuentes primarias deben de tener una relación directa con la investigación, por ejemplo, investigaciones previas, lo que dado al contexto del tema aún no hay, por lo que, para efectos de este trabajo se tomarán como fuentes primarias las entrevistas. Por otra parte, las fuentes secundarias son para apoyar el estudio, en este caso será el análisis de contenido.

Además, se encuentran los sujetos que son personas que brindan información valiosa para el tema de investigación. En este caso, se puede mencionar a periodistas que trabajen en el medio de comunicación se encontrarán bajo estudio ya que, son fuentes primarias que se encuentran cara a cara con el tema central.

Según Barrantes (1999), diferencia los términos de sujetos y fuentes de información, haciendo referencia a que las fuentes de información son materiales, mientras que sujetos son “Todas aquellas personas físicas o corporativas que brindarán información” (p.92).

Dicho lo anterior, para la presente investigación se tomará a los siguientes sujetos para obtener información:

<b>Tabla 1</b>		
<b>Sujetos de información</b>		
<b>Nombre</b>	<b>Puesto</b>	<b>Relevancia para la investigación</b>
Manuel Avendaño	Periodista de El Financiero	Manuel Avendaño, es un periodista con experiencia en el área económica, que durante la pandemia escribió notas de economía influenciadas por COVID-19.

Sergio Morales	Editor de El Financiero	Sergio es editor de El Financiero, cuenta con amplio conocimiento en comunicación con énfasis en finanzas.
Francisco Rivera	Economista	Francisco es un economista con gran experiencia en el área de economía, cuenta con una maestría cursada en Ucrania y actualmente se desarrolla como profesor de economía en la Universidad de Costa Rica.
Jorge Navarro	Psicólogo	Licenciado en psicología, durante la pandemia ha trabajado en una línea gratuita de atención psicológica lo que hace que su experiencia social de cara al virus presente otra perspectiva a la investigación.
Daniel Suchar	Analista financiero	Daniel Suchar, es un reconocido analista financiero. Además, destacado en sus redes sociales por explicar economía de una manera sencilla para la comprensión de sus seguidores.
<i>Nota: Elaboración propia 2020.</i>		

A estas personas se les estará realizando una entrevista, para poder conocer diferentes datos tanto con respecto al manejo de información en el medio El Financiero, como del COVID-19 y sus distintas repercusiones.

### **Población y Muestra**

La población son las personas que serán tomadas en cuenta para realizar el estudio, estas personas son seleccionadas por tener características en común y cuentan con alguna relevancia para la investigación. De acuerdo con Barrantes (1999), población se define como “Conjunto de elementos que tienen una característica en común” (p.135).

Por otra parte, la muestra es un porcentaje de la población seleccionada, con la cual se trabaja en el estudio para obtener los resultados. Según Hernández et al (2014), la muestra se encuentra dentro del planteamiento del problema, cuando se selecciona el contexto, por lo que lo

definen como: “En el proceso cualitativo, grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo del universo o población que se estudia” (p.384).

Los autores agregan que hay un proceso para realizar la selección de la muestra, esto se puede resumir en tres pasos, de acuerdo con Hernández et al (2014):

1. Capacidad operativa de recolección y análisis (el número de casos que podemos manejar de manera realista y de acuerdo con los recursos que tenemos).
2. El entendimiento del fenómeno (el número de casos que nos permitan responder a las preguntas de investigación, que más adelante se denominará “saturación de categorías”).
3. La naturaleza del fenómeno en análisis (si los casos o unidades son frecuentes y accesibles o no, si recolectar la información correspondiente lleva poco o mucho tiempo). (p.384).

Según lo que se mencionó anteriormente y lo que se planteó en la investigación, la población de este estudio es infinita, ya que no se puede decir con certeza cuantas personas leen El Financiero en su página de Facebook, ni cuantas reaccionan a las notas que publican.

Por otra parte, la muestra, estará compuesta por cinco personas, que serán entrevistadas, entre ellos un economista, un analista financiero, el director del medio, un periodista de El Financiero y un psicólogo. Además, se analizarán los comentarios y reacciones de las notas más relevantes en el tema económico del COVID-19 que haya publicado el medio durante los meses que se establecieron para la investigación (de mayo a agosto).

### **Variables o Unidad de Análisis**

En la unidad de análisis se retorna al inicio, a los conceptos más básicos, pero que forman la base de la investigación por lo que se ponen a prueba los objetivos que dieron pie y fundamentaron el estudio.

Según menciona Hernández et al (2014), “Se trata de un proceso no lineal (aunque había que representarlo de alguna manera para su comprensión). Resulta sumamente iterativo (vamos y regresamos) y en ocasiones es necesario retornar al campo por más datos enfocados” (p.422). Por

lo que es importante resaltar los principales conceptos que dieron origen a la investigación. Los cuales se presentan en la siguiente tabla:

<b>TABLA 2</b>					
<b>CONCEPTUALIZACIÓN DE UNIDAD DE ANÁLISIS</b>					
<b>Objetivo</b>	<b>Categoría</b>	<b>Sub Categoría</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Ítem</b>
Contextualizar la agenda noticiosa en materia económica del medio El Financiero entre mayo y agosto del 2020	Contextualizar agenda noticiosa	Motivos Economía Agenda	De acuerdo con la Real Academia Española (RAE), contextualizar significa “Situarse algo en un determinado contexto”.	Entrevista	
Demostrar la percepción que tiene el público meta del contenido publicado por el medio de comunicación El Financiero durante la pandemia.	Percepción	Interés Personas Sensación	Según la Real Academia Española, percepción es Sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos.	Entrevista Análisis de contenido	
Identificar si las noticias de economía en consecuencia a la pandemia del COVID-19 que publica el medio de comunicación El Financiero generan impacto en las	Impacto	Reacción Fenómeno Noticia	De acuerdo con la RAE, impacto significa Efecto producido en la opinión pública por un acontecimiento, una disposición de la autoridad, una noticia, una catástrofe, etc.	Análisis de contenido	

personas					
<i>Nota: Elaboración personal 2020</i>					

## **Instrumentos**

Los instrumentos son los recursos que se utilizan para poder recolectar los datos necesarios de la población y muestra. De acuerdo con Hernández et al (2014), los instrumentos registran valores contables de conceptos abstractos, por lo que los autores lo definen como: “Recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente” (p.199).

Asimismo, los autores agregan que los instrumentos deben cumplir con tres requisitos que son: confiabilidad, validez y objetividad.

Según Hernández et al (2014), confiabilidad es “Grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes.” (p.200). Además, agregan que la confiabilidad de un instrumento puede ser medida por diversas técnicas.

Adicional, estos autores definen validez como “Grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir.” (p.200). A lo que agregan, que un instrumento puede ser confiable pero no necesariamente válido, por lo que recomiendan no improvisar ya que, puede afectar las variables.

Por otra parte, se encuentra la definición de objetividad, que de acuerdo con Hernández et al (2014), es “Grado en que el instrumento es o no permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de los investigadores que lo administran, califican e interpretan.” (p.206).

Estos tres conceptos deben ser aplicados de la mejor manera para que al final de la investigación y haciendo un uso adecuado de los instrumentos se puedan obtener los resultados deseados. Por lo tanto, para la presente investigación como instrumentos se utilizarán la entrevista y el análisis de contenido.

## **Entrevista**

La entrevista se puede decir que es una conversación que se establece entre el entrevistado y el entrevistador, mediante un esquema de pregunta y respuesta, con el fin de obtener información específica acerca de un tema. De acuerdo con Hernández et al (2014), “Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados).” (p.403).

También, los autores agregan que las entrevistas se utilizan cuando el problema de la investigación no se puede observar. Además, Barrantes (1999), menciona la importancia de establecer una buena relación con el entrevistado, “Otro aspecto importante es que el entrevistador debe ganarse la confianza del entrevistado y, es más, debe establecer un clima adecuado para que se dé una buena empatía entre ambos” (p.195).

Asimismo, Mertens (2010), citado por Hernández et al (2014), agrega que de acuerdo con las preguntas existen seis tipos de entrevistas, que se definen a continuación:

1. De opinión: ¿considera usted que haya corrupción en el actual gobierno de...? Desde su punto de vista, ¿cuál cree que es el problema en este caso...? ¿Qué piensa de esto...?
2. De expresión de sentimientos: ¿cómo se siente con respecto al alcoholismo de su esposo? ¿Cómo describiría lo que experimenta sobre...?
3. De conocimientos: ¿cuáles son los candidatos a ocupar la alcaldía de...? ¿Qué sabe usted de las causas que provocaron el alcoholismo de su esposo?
4. Sensitivas (relativas a los sentidos): ¿qué género de música le gusta escuchar más cuando se encuentra estresado? ¿Qué vio en la escena del crimen?
5. De antecedentes: ¿cuánto tiempo participó en la guerra cristera? ¿Después de su primer alumbramiento sufrió depresión posparto?

6. De simulación: suponga que usted es el alcalde de..., ¿cuál sería el principal problema que intentaría resolver? (p.404).

Por lo que, las entrevistas se utilizarán para conversar con personas que se encuentren involucradas en el tema de investigación, con la finalidad de que sus respuestas ayuden a obtener la información que complementa los datos que se adquieran mediante el análisis de contenido y así, poder responder a la pregunta de la investigación.

### **Análisis de contenido**

El análisis de contenido es definido por Barrantes (1999), como “una técnica para estudiar la comunicación objetiva, sistemática y cuantitativamente. Con este análisis, puede hacerse inferencias válidas y confiables de datos dentro de un contexto” (p.199).

Asimismo, Barrantes (1999), agrega que “El análisis de contenido se efectúa por medio de la codificación, proceso por el cual las características relevantes del contenido de un mensaje son transformadas a unidades que permiten su descripción y análisis” (p.200).

De acuerdo con lo anterior, en esta investigación se estarán analizando publicaciones del medio de comunicación El Financiero de su página de Facebook, realizadas durante los meses de mayo y agosto, que sean de índole económico con relación a la pandemia. Del mismo modo, se analizarán los comentarios y reacciones hacia el contenido publicado.

### **Proceso de recolección de datos**

La recolección de datos es la recopilación de las respuestas que se obtuvieron después de aplicar los instrumentos seleccionados y así poder procesarla para tener una mayor comprensión. De acuerdo con Hernández et al (2014), este proceso colabora al entendimiento de la información proporcionada por los individuos y sus contextos.

La recolección de los datos está orientada a proveer de un mayor entendimiento de los significados y experiencias de las personas. El investigador es el instrumento de recolección de los datos, se auxilia de diversas técnicas que se desarrollan durante el estudio. Es decir, no se inicia la recolección de los datos con instrumentos preestablecidos, sino que el investigador comienza a aprender por observación y

descripciones de los participantes y concibe formas para registrar los datos que se van refinando conforme avanza la investigación. (p.12).

Además, los autores agregan que este proceso se realiza una vez que se haya comprobado que los instrumentos que se establecieron previamente sean confiables, válidos y objetivos. De acuerdo con esto, se podrá medir la reacción generada en las personas, por las noticias publicadas por El Financiero.

### **Referente institucional**

El Financiero, es un medio de comunicación que pertenece a Grupo Nación. De acuerdo, con su página web “Grupo Nación es una empresa de comunicaciones con independencia editorial y económica, lideren la generación de contenidos varios (impresos, digitales y experienciales) que se derivan de su negocio más tradicional: el informativo” (párr.1).

### **Propósito**

- Contribuir al desarrollo de la sociedad costarricense a través de nuestras diferentes tribunas. (párr.2)

### **Pilares corporativos**

- **Excelencia hacia los clientes:** Debemos ser los mejores en hacer propuestas de valor diferenciadas. Llegar a los clientes con soluciones a la medida en lugar de venta de productos. Nuestro poder de la excelencia en el caso de GN está en integrar nuestros diferentes productos y servicios para proyectarnos con nuestros clientes como una empresa integrada con soluciones 360. El reto aquí es dejar de pensar de manera separada y unirnos para cumplir la propuesta de valor que le prometamos a nuestros clientes. Somos una sola empresa.
- **Empoderamiento del talento humano:** Estamos buscando que los colaboradores tengan un espacio para presentar tus ideas, que tomen control sobre ellas y que reciban nuestro apoyo para hacerlas realidad. Estamos abriendo un canal de comunicación desde el área de Estrategia para capturar las ideas, apoyar en el desarrollo y elevarlas para que se sometan a discusión y aprobación.

- **Optimización de procesos:** Agilidad ante todo. Aspiramos a tener procesos fluidos, sin fricciones, que permitan ahorros en costos y reducción del tiempo que se invierte en tareas repetitivas para que los recursos se canalicen hacia actividades cruciales y productivas.
- **Impulso a la innovación:** Aspiramos a tener una cultura en donde la innovación sea parte de nuestro ADN. Queremos escuchar ideas diferentes, que nos permitan cuestionar la forma como hemos venido haciendo las cosas y crear un espacio para incubar ideas, pasarlas por procesos iterativos de experimentación, y finalmente sacarlas al mercado generando disrupción.
- **Enfoque en rentabilidad:** Este es el pilar de la integración de los pilares anteriores. Es la base de cualquier empresa y si logramos tener armonía total entre los cuatro pilares anteriores vamos a aumentar la rentabilidad actual y eso se traduce en mayores oportunidades para todos. (párr. 3-7)

En 1946, se creó el editorial La Nación, pero no fue sino hasta en marzo de 1995 que Grupo Nación publica la primera edición de El Financiero. Este periódico, se especializa en temas de finanzas, negocios y economía. Además, La Nación fue el primer diario centroamericano en internet.

#### **CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE RESULTADOS**

A lo largo de este capítulo, el investigador analizará los resultados obtenidos luego de haber aplicado los instrumentos seleccionados para responder a la pregunta del planteamiento del problema. Cabe recordar que los instrumentos que se utilizaron fueron el análisis de contenido y la entrevista.

En el caso del análisis se realizó a cinco notas de El Financiero, que hablaban sobre afectaciones económicas a raíz del COVID-19. Por otra parte, la entrevista aplicada a diversos profesionales, por ejemplo, personas que trabajan en El Financiero.

### **Contextualizar agenda noticiosa**

Uno de los objetivos que se planteó en este estudio fue contextualizar la agenda noticiosa en materia económica del medio El Financiero entre mayo y agosto del 2020, para ello se decidió aplicar el instrumento de la entrevista a Daniel Suchar, Manuel Avendaño, Sergio Morales y Francisco Rivera.

Con el instrumento de entrevista se ejecutaron diferentes preguntas para identificar los temas relevantes y sus implicaciones en materia de economía y así poder determinar cuáles temas estuvieron presentes en la agenda de El Financiero y cuales debieron de estar presentes.

Los diferentes entrevistados tienen relación con la economía y conocen del tema ya que, su trabajo se desarrolla en torno a ese ámbito.

Ante la pregunta, ¿Ha leído las notas publicadas de El Financiero en materia de economía sobre el COVID-19? Tanto el economista como el analista financiero respondieron que sí. Sin embargo, Daniel Suchar expresó:

Sí, sí leo El Financiero, pero, el problema que está teniendo ahora El Financiero es que está cobrando las suscripciones. Pero, yo no posteo nada sobre El Financiero porque a mis seguidores no les gusta hacer clic y que les salga lo de las suscripciones. Aunque en realidad todas las noticias del tema son muy similares. (Suchar, entrevista personal 2020).

Además, algo en lo que tres de los entrevistados coincidieron fue que, durante los meses de mayo a agosto, uno de los temas con más fuerza fueron las restricciones que se dictaron buscando contener la propagación del virus. Y así lo confirmó Sergio Morales, editor de El Financiero:

Bueno, partimos de que es El Financiero y eso ya de inicio nos descarta un montón de temas. Sin embargo, yo creo que parte de la agenda noticiosa desde la perspectiva de periodismo económico que cubre El Financiero está el impacto de la crisis sanitaria, este es el impacto que reflejaron los diferentes sectores de la sociedad ante las medidas que se

dictaron para contener el contagio, ese es el primer aspecto. (Morales, entrevista personal 2020).

Hay que tomar en consideración que Costa Rica antes de la pandemia ya venía atravesando golpes en su economía que se vieron más evidenciados con la pandemia. Esto, de acuerdo con el periodista de El Financiero Manuel Avendaño provocó que las personas vieran el impacto de la economía para sus vidas:

Históricamente después de 20 años, se aprobó una reforma fiscal en el 2018 y eso tuvo toda una serie de implicaciones. Ahora, estamos a las puertas de buscar un acuerdo fiscal de mayor alcance con el Fondo Monetario Internacional o irnos a un default que va a causar una crisis económica, entonces ahora todo el mundo está muy sediento de que les expliquemos como todas esas cosas van a impactar. (Avendaño, entrevista personal 2020).

También, Daniel Suchar mencionó que para él, El Financiero cubrió bien la agenda noticiosa de esos temas, aunque, hubo algunos a los que les pudieron dar más profundidad, pero que al público no le sería del todo agradable.

El tema noticioso siempre ha tenido que estar muy de la mano con lo que sucede no solamente hoy sino cuáles son las soluciones que pueden estar en un futuro cercano, si bien es cierto yo no puedo decir que no se han dado porque eso es mentira, tampoco es el común denominador de todos los días de los periódicos incluso en el periódico El Financiero, todos los días no se puede escribir lo mismo porque se satura como se conoce en Costa Rica se chotea la noticia ya empalaga. (Suchar, entrevista personal 2020).

A esto, se puede agregar que la pandemia aceleró el proceso de crisis al que ya durante años se venía enfrentando el país, en lo que el déficit fiscal también jugó un rol entre los temas de la agenda. Por lo que, según el economista Francisco Rivera, se compara con una metáfora de una carrera en el que el proceso de crisis tomó más velocidad.

Bueno, la economía venía en un proceso complicado, una cosa es yo te diga corra los 100 metros y otra cosa es yo te empuje para que llegues a los 400 metros. Lo que sucede es que el COVID terminó de empujar, pero cuando usted empuja, muchos se caen, aunque muchos toman más velocidad. (Rivera, entrevista personal 2020).

Sin duda, la pandemia cambió la forma en la que se presentó la información en esos meses, haciendo que muchas entrevistas, reuniones y demás se realizaran de manera virtual. No obstante, según Sergio Morales, eso no hizo que las exigencias o los parámetros de calidad que se le solicitan a los periodistas de El Financiero cambiaran. Así lo expresó:

Los parámetros para los periodistas no cambian, no cambiaron con la pandemia. Un periodista no debería de cambiar un parámetro sólo con la pandemia, la pandemia en sí es un hecho noticioso, la pandemia desata un montón de hechos noticiosos y el parámetro de observación y de valores periodísticos que se deben tener diría que son siempre los mismos. (Morales, entrevista personal 2020).

A esto se puede agregar que la experiencia que tenían los periodistas de El Financiero cubriendo durante pandemias como la del 2002 o la del 2009 no se comparan a lo que se vivió durante esos meses. Manuel Avendaño mencionó que la experiencia fue atípica y que, además, deja lecciones para el futuro, a lo que agregó:

Ha sido una experiencia a nivel personal muy retadora y a nivel del equipo de El Financiero muy exigente porque la dinámica cambió, nosotros dejamos de asistir a la sala de redacción de El Financiero desde marzo, yo puntualmente desde el 4 de marzo no he vuelto a la sala de redacción salvo un par de ocasiones a hacer entrevistas muy puntuales y el equipo desde el 12 de marzo no va a la sala de redacción. Entonces, ya llevamos prácticamente 8 o 9 meses en esta condición y eso nos plantea muchos retos en el sentido de que la coordinación se hace 100% a través de medios digitales, WhatsApp de video reuniones y demás. (Avendaño, entrevista personal 2020).

De acuerdo con las diferentes entrevistas aplicadas, el contexto económico de mayo, junio, julio y agosto se direccionó hacia las restricciones sanitarias y su afectación en las diferentes personas. Además, otro de los temas presentes era el déficit fiscal del país que, aunque no fue provocado por la pandemia sí se evidenció con la misma. Por lo que, se podría decir que el manejo de la agenda noticiosa fue direccionada a esos temas.

## **Percepción**

No obstante, otro de los objetivos planteados al inicio de la investigación era demostrar la percepción que tiene el público meta del contenido publicado por el medio de comunicación El

Financiero durante la pandemia, por lo para este objetivo se decidió aplicar ambos instrumentos (entrevista y análisis de contenido), ya que, para poder hablar del manejo de la información se requería tener tanto la perspectiva de los profesionales como de las personas que consumen las noticias.

La percepción es algo complicado de analizar, ya que dependiendo de la persona a la que se le consulte, su opinión va a cambiar. Por lo que a Daniel Suchar se le realizó la siguiente pregunta: Si tuviera que hacer un análisis sobre las notas publicadas en ese tema, ¿Cuál sería su percepción? A lo que respondió:

Lo que ha hecho El Financiero, es que tiene un nivel muy elevado digamos de nivel, porque ese periódico es muy especializado y a la gente que le llega o como se le conoce en mercadeo el target es una persona que está altamente educada, tiene mucho conocimiento y le gusta dos cosas: Uno que le hablen en su terminología y dos que las notas no sea banales, que eso es una característica muy importante que tiene El Financiero. (Suchar, entrevista personal 2020).

También, el economista Francisco Rivera, percibe a El Financiero como un medio en el que se utilizan muchos tecnicismos que hacen las personas no puedan comprender la información.

Si yo quiero que no me entienda puedo decirle “El deflactor implícito de los precios aumentó” ¿Y qué dijo? Que el nivel de los precios aumentó. Eso es lo que sucede, siempre hay que analizarlo como que cuando uno habla y trata de explicar algo, hay que explicarlo como que no podés usar La Extra para hablar, pero tampoco podés usar mucho El Financiero para comunicarse. El periódico El Financiero es un periódico elitista.

No obstante, Manuel Avendaño piensa que la idea sobre que el periodismo económico es un periodismo dirigido hacia personas de la élite es incorrecta y es algo en lo que se ha trabajado en El Financiero, ya que, en realidad debe de ser un periodismo servicio.

Entonces, esa es la función del periodismo económico que debe de ser un periodismo que se quite la corbata, que deje de ser tan cuadrado, debe dejar de percibirse como un periodismo de las élites para las élites, sino que se tiene que enfocar mucho en ser un

periodismo de servicio, que le explique, que eduque a la gente, un periodismo que le enseñe a las personas a hacer un presupuesto mensual para que no se vean en problemas financieros. (Avendaño entrevista personal 2020).

Además, Sergio Morales indicó que la pandemia ha contribuido a que las personas perciban la economía como algo más cercano ya que, hizo que muchas personas comprendieran lo conectado que está su trabajo al de otros.

Este asunto del coronavirus vino a demostrarles a muchas personas cómo la economía, los negocios, aspectos que se consideran erróneamente lejanos vinieron a estar muy presente o eran más cercanos de lo que creíamos. El coronavirus nos vino a demostrar cuán frágil puede ser una economía, cuán frágil es yo tengo un negocio y puede correr el riesgo de que tenga que cerrar por mucho tiempo y tenga que cerrar definitivamente. (Morales, entrevista personal 2020).

La economía también ha creado un componente social importante en cuanto a problemas de salud mental y es así como muchas personas reaccionaron a las notas económicas en general. De acuerdo con Jorge Navarro, psicólogo, muchas personas por problemas económicos a raíz de la pandemia se enfrentaron a estrés, depresión y ansiedad.

Pero, obviamente el hecho de que no se tenga la certeza o un salario como se tenía antes pues obviamente va a afectar montones. El aumento en los despidos, el aumento del dólar por ejemplo y la misma incertidumbre con respecto a que el Ministerio de Salud abre, cierra locales, permite no permite, da cierta restricción, todo eso hace que definitivamente las personas no tengan el acceso a como las tenían antes, que incluso ahora, aunque tengan acceso a nivel de tiempo, ya no tienen el acceso material, el económico propiamente para poderse solventar con base en esas necesidades y eso obviamente conlleva este montón de problemas. (Navarro, entrevista personal 2020).

El detonante social, es un punto de vista que hay que comprender para poder llegar a tener una noción de la percepción del público meta hacia la materia económica que circuló de mayo a agosto del 2020, por lo que se consultó con Navarro lo siguiente: En su opinión, ¿Cómo calificaría la información económica sobre COVID-19 publicada por El Financiero? A lo que expresó:

La información me parece adecuada, lo que pasa es que también la gente tal vez no necesariamente la consume con la objetividad que se debería de consumir o con el análisis que en algunas ocasiones debería también tenerse a la hora de poder traducir la información que se está brindando. (Navarro, entrevista personal 2020).

No obstante, existen mecanismos para conocer la percepción del público hacia las notas publicadas. De acuerdo con Manuel Avendaño, en Grupo Nación (al cual pertenece El Financiero), tiene dos maneras; mediante un software y por medio de las suscripciones. Además, los datos son analizados por un departamento que se llama audiencias que envía reportes diarios.

Una forma en que lo hacemos es con un software que se llama chartbeat. Charbeat, es un tablero en tiempo real que nos dice cuáles son las notas más leídas, digamos tira un top 20, en tiempo real, nos dice cuántas personas estás metidas en la nota, nos dice de dónde vienen esas personas, si entraron directo de una búsqueda en Google, si entraron directo a la página, si vienen de Facebook, si viene de Twitter, si vienen de Instagram nos dice cuánto scroll hacen las personas en la nota, eso es para saber si hubo un elemento que hizo que se salieran, si había un anuncio en el tercer scroll que hizo que se fueran, si hubo un gráfico que hizo que se quedaran, si hubo un video. (Avendaño, entrevista personal 2020).

De acuerdo con la información obtenida de las entrevistas, hay una tendencia en percibir al periodismo económico de El Financiero como información especializada y poco accesible para cualquiera que lo quiera consumir, tendencia que viene desde años atrás. Sin embargo, de manera interna, en dicho medio trabajan para volverlo más amigable y entendible para todas las personas, hecho al que colabora la pandemia, que evidencia que la economía se encuentra en todas las clases sociales, afectando y conectando a todas las personas.

Para poder visualizar la perspectiva del público meta y como perciben ellos las noticias de economía se realizó el análisis de contenido en redes sociales.

El 20 de junio El Financiero publicó una nota en Facebook titulada “Restaurantes ven evaporarse los ingresos proyectados para el Día del Padre debido a restricciones anunciadas el viernes”, la cual generó lo siguiente:

**Tabla 3**  
**Sábado 20 de junio del 2020**

<b>Variable</b>	<b>Concepto</b>	<b>Total</b>
		<b>170 comentarios</b>
<b>Alcance de publicaciones</b>	<b>Percepción</b>	<b>50 veces compartido</b>
		<b>211 me entristece</b>
		<b>140 me gusta</b>
		<b>3 me encanta</b>
		<b>60 me enoja</b>
		<b>2 me importa</b>
		<b>1 me divierte</b>
		<b>9 me asombra</b>
<b><i>Nota: elaboración personal 2020</i></b>		

Además, uno de los comentarios “más relevantes” (calificado así por Facebook), contenía lo siguiente: “Pero lo medios si son necios, esto que está pasando es por irresponsabilidad de los mismos clientes que se olvidaron que estamos en pandemia y estamos a nada de transmisión comunitaria...Sean objetivos en lo que comunican y dejen de sentimentalismos por un negocio cuando sin Salud no hay clientes”, comentario de junio del 2020 (ver apéndice B). Este comentario contaba con 22 reacciones.

Mientras que otros hacían referencia al gobierno, como ejemplo “Gobierno sin rumbo, sin líder. No es posible que en 24 horas cambiaron las reglas de apertura, falta de planificación. ¿Cerrando parte del comercio evitan las fiestas? Restringiendo las placas evitan los baby shower? Ya lo restaurantes tenemos protocolos de atención preparados hace dos meses, pero este gobierno ni tiene equipo económico que nos ampare”, comentario de Facebook, junio 2020 (ver apéndice B).

De esta nota, se puede percibir que el público se mostró molesto, no hacia la nota en sí, sino hacia las restricciones impuestas por el Gobierno dos días antes de la celebración del día del padre. Esto porque muchos restaurantes se habían preparado para una reactivación en sus ventas con dicho día festivo. Además, fue una nota que causó interacción entre los visitantes y que utilizaba un lenguaje en el que se denotaba la afectación económica que sufrirían los comerciantes.

Otra nota de Facebook bajo análisis fue una publicada en junio y se tituló: “Actividad económica de Costa Rica registró caída histórica en abril con afectación en casi todas las industrias” provocando lo siguiente:

<b>Tabla 4</b>		
<b>Viernes 12 de junio del 2020</b>		
<b>Variable</b>	<b>Concepto</b>	<b>Total</b>
		<b>14 comentarios</b>
<b>Alcance de publicaciones</b>	<b>Percepción</b>	<b>30 veces compartido</b>
		<b>43 me gusta</b>
		<b>1 me encanta</b>
		<b>5 me enoja</b>
		<b>1 me asombra</b>
		<b>32 me entristece</b>
<b><i>Nota: elaboración personal 2020</i></b>		

Uno de los comentarios hacía referencia a la nota publicada y decía lo siguiente: “Wow que gran descubrimiento Costa Rica antes de la crisis daba muestras de fragilidad y ahora durante la crisis se terminó de arruinar”, comentario de Facebook, junio 2020 (ver apéndice C).

En esta nota se determina una situación que venía arrastrando Costa Rica desde hace años y que se agudizó con la pandemia, con la nota se demuestra un tema de interés público, que al parecer a las personas les pareció ser un tema que ya conocían, pero que igual causó reacción.

### **Impacto**

Por último, el tercer objetivo específico era identificar si las noticias de economía en consecuencia a la pandemia del COVID-19 que publica el medio de comunicación El Financiero generan impacto en las personas. Para ello, se utilizó el análisis de contenido.

Tanto como para este objetivo como para el anterior, se determinó analizar las cinco noticias que tuvieron más impacto e interacción en Facebook. Recordando que la aplicación de Facebook cuenta con diferentes herramientas para reaccionar a las publicaciones entre ellas: me gusta, me encanta, me enoja, me divierte, me importa, me asombra y me entristece.

El 20 de mayo El Financiero publicó una nota titulada “No pago de anualidades a empleados públicos generaría ¢67.000 millones para enfrentar el coronavirus”, dicha publicación generó lo siguiente:

<b>Tabla 5</b>		
<b>Miércoles 20 de mayo del 2020</b>		
<b>Variable</b>	<b>Concepto</b>	<b>Total</b>
		<b>93 comentarios</b>
<b>Alcance de publicaciones</b>	<b>Impacto</b>	<b>36 veces compartido</b>
		<b>270 me gusta</b>
		<b>52 me encanta</b>
		<b>52 me enoja</b>
		<b>6 me divierte</b>
		<b>5 me importa</b>
		<b>3 me asombra</b>
		<b>3 me entristece</b>
<b><i>Nota: elaboración personal 2020</i></b>		

De los comentarios, Facebook destaca uno como “más relevante”, el cual dice: “En el 99% de las empresas privadas que son las que mantienen a flote al país, no se le paga a nadie anualidades sino por el desempeño que ofrece el trabajador, esto es una vagabundería de los años 70`s y con el respeto que se merecen pero hay un montón de trabajo “no calificados o no profesionales” que llegan a ganar más de un millón de colones actualmente, principalmente por este rubro”, comentario de Facebook, mayo 2020 (ver apéndice D).

Dicho comentario cuenta con 34 reacciones, desglosadas como: 31 me gusta, 2 me encanta y un me divierte. Además, posee 7 respuestas de otros usuarios.

De esta nota se pudo obtener que a las personas les causó interés el tema del recorte de gasto público y que además, mostraron una inclinación alta hacia manejo de fondos públicos y cómo eso generó algún alivio económico para conllevar la pandemia.

Otra nota publicada el 29 de mayo, se tituló: “Nuevo Ministro de Hacienda promete “mano dura” para recortar el gasto público en tiempos difíciles”, la cual obtuvo siguiente:

**Tabla 6**

<b>Viernes 29 de mayo del 2020</b>		
<b>Variable</b>	<b>Concepto</b>	<b>Total</b>
		<b>98 comentarios</b>
<b>Alcance de publicaciones</b>	<b>Impacto</b>	<b>11 veces compartido</b>
		<b>123 me gusta</b>
		<b>8 me encanta</b>
		<b>4 me enoja</b>
		<b>111 me divierte</b>
		<b>5 me asombra</b>
<b><i>Nota: elaboración personal 2020</i></b>		

Lo que se destacó en la publicación son los comentarios, la mayoría negativos, pero no hacia la nota sino hacia el gobierno, demostrando incredulidad al entonces nuevo Ministro de Hacienda, por ejemplo, como en el siguiente comentario: “Llevamos escuchando eso del PAC desde su fundación y TODO ha sido mentira. Son unos irresponsables, la historia está apunto de juzgarlos! #LogroPAC”, comentario de Facebook, mayo 2020 (ver apéndice E).

Lo que se puede generar a partir del análisis de la nota anterior, es un patrón de reacciones creadas por notas de economía gubernamental y un alto índice de pérdida de credibilidad por parte del Gobierno durante la pandemia. A esto, se puede agregar que las personas lo perciben como un tema cercano y que afecta sus vidas de manera directa.

Por otra parte, el 12 de junio El Financiero publicó una nota titulada: “¿Cómo puede prorrogar hasta diciembre su deuda con el Banco Nacional por la crisis del coronavirus?” lo que generó lo siguiente:

<b>Tabla 7</b>		
<b>Viernes 12 de junio del 2020</b>		
<b>Variable</b>	<b>Concepto</b>	<b>Total</b>
		<b>23 veces compartida</b>
<b>Alcance de publicaciones</b>	<b>Impacto</b>	<b>8 comentarios</b>
		<b>53 me gusta</b>
		<b>2 me encanta</b>
<b><i>Nota: elaboración personal 2020</i></b>		

En esta publicación se podían apreciar comentarios de interés financiero personal, como, por ejemplo: “Si no les dio la gana ni ayudarme con los primeros tres meses. Seguro el negocio del BN es robarle la casa a las gente. En especial a los que hemos sido fieles y no hemos fallado ni una sola cuota. Y que además hemos pagado la mitad de la cuota en la mitad del tiempo. Que decepción”, comentario de Facebook, junio 2020 (ver apéndice F).

A diferencia de las notas anteriores, esta no generó tanta reacción, por lo que el análisis sugiere que en su mayoría las personas no están interesadas en temas de educación financiera, no les parece información interesante a pesar de que pueda colaborar directamente con sus finanzas personales.

Por lo que, se puede observar a lo largo del análisis de las notas, las publicaciones que tenían más interacción eran aquellas que tenían relación con alguna decisión política, que de una forma directa o indirecta tenía peso en la economía costarricense durante la pandemia. Además, de las que tenían una afectación más directa con las finanzas personales y no así con las colectivas.

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Este estudio tuvo como fin investigar el manejo de la información en medios de comunicación especializados en economía en tiempos de COVID-19, durante los meses de mayo, junio, julio y agosto, caso: El Financiero.

Lo que generó que se requiriera la opinión y puntos de vista de expertos en economía, personas que trabajan para El Financiero, un psicólogo y del público meta mediante un análisis para poder responder a la pregunta planteada y cumplir con los objetivos propuestos.

Posteriormente, al aplicar los instrumentos seleccionados y realizar el respectivo análisis de cada uno de ellos, se pueden citar las conclusiones y recomendaciones obtenidas.

## **Conclusiones**

Una vez finalizado el trabajo de campo, se puede concluir que los temas noticiosos durante los meses de mayo a agosto se basaron en las restricciones sanitarias que afectaron la economía, ya que, en ese momento la salud se encontraba como prioridad.

Para el objetivo específico número uno, se puede concluir que la agenda noticiosa de El Financiero se direccionó hacia los temas de relevancia y actualidad del momento, manteniendo una agenda abierta a los cambios económicos que se surgieron a raíz del COVID-19, tales como las restricciones sanitarias que se dictaban casi diariamente en esos meses.

Además, su agenda se contextualizó con la realidad nacional, buscando el interés periodístico en cada nota. Por parte del medio, se buscó mantener parámetros de calidad para brindar notas con valor agregado.

Por otra parte, se pudo evidenciar que, según la opinión de los expertos, El Financiero durante ese lapso de tiempo publicó notas económicas similares a otros medios, cuando pudieron haber agregado en su agenda temas con mayor profundización.

También, se pudo destacar que las funciones de los colaboradores de El Financiero tomaron un giro inesperado con la llegada del COVID-19, ya que tuvieron que cambiar su operativa, virtualizándola casi en la mayoría del tiempo, teniendo que cambiar la forma en la que manejaban su agenda de reuniones y planificación.

Para el objetivo específico número dos, se concluye que las personas perciben El Financiero como un periódico dirigido a un público especializado en economía. Por el uso de lenguaje técnico.

Por otra parte, con el análisis de contenido, el público demostró la importancia del tema que estuvo presente en la agenda sobre el déficit fiscal, demostrando una preferencia hacia esas notas y que la pandemia evidenció una problemática que viene desde años atrás.

En consecuencia, la percepción en redes sociales del público muestra una inclinación más hacia las notas que de índole político-económicas y que generan impacto directo sobre la economía global del país. No así, hacia notas de educación financiera que puedan generar un impacto positivo en las finanzas personales.

También, desde un punto de vista social, se demostró un incremento en los casos de problemas de salud mental como estrés, ansiedad y depresión causada por la incertidumbre de la economía. Lo que ocasionó que los temas relacionados al COVID-19 perdieran fuerza con el avance de la pandemia, provocando una disminución en el consumo de noticias relacionadas al impacto económico generado por el virus.

En cuanto al objetivo específico número tres, se concluye que las noticias publicadas por El Financiero y en general, cualquier noticia económica, si genera impacto en las personas, ya que a raíz del coronavirus, muchas personas entendieron lo que puede generar una cadena de desempleo y desaceleración de la economía global.

Además, se pudo concluir que la economía y las notas sobre esto pueden impactar a la salud mental generando una tensión social y una cadena en rechazo hacia las notas que tengan que ver con el manejo de finanzas personales.

No obstante, aunque El Financiero cuenta con una sección de educación financiera y que durante la pandemia han tratado de enseñar como readecuar las deudas para obtener mayor liberación en la economía personal, el público no muestra interés a grandes rasgos sobre esta sección, por lo que no genera el suficiente impacto.

Por otra parte, durante los meses de mayo a agosto, en materia de economía El Financiero realizó un manejo responsable de la información, incluyendo temas de interés público dentro de su agenda, a pesar del tratamiento sufrió cambios ya que, el fenómeno del COVID-19 era algo que ningún periodista había visto antes, por lo que al no tener precedentes los colaboradores de dicho medio no contaban con la experiencia de cómo manejar una agenda, entrevistas,

conferencias y demás de manera virtual. A pesar de esto, los periodistas se adaptaron a los medios que tenían al alcance para poder dar un adecuado uso a la información.

En conclusión, durante la pandemia El Financiero ha manejado una agenda variada sobre la actualidad económica englobada en la pandemia del COVID-19, permitiendo que quienes pagan las suscripciones tengan al alcance toda la información posible. Además, muchas personas perciben a este medio como dirigido hacia un público específico, aunque con la pandemia la percepción se haya tratado de cambiar. Por otra parte, el impacto generado por los medios especializados en economía en específico por El Financiero puede generar reacciones tanto positivas como negativas en las personas.

Es así, como el investigador puede concluir de manera general que El Financiero es un medio que aún se mantiene muy especializado y no al alcance de todos, por lo que logra generar el impacto deseado.

## **Recomendaciones**

Al concluir con el apartado del análisis de resultados y proseguir con las conclusiones, se generaron recomendaciones con el fin de mejorar el periodismo económico en diferentes instituciones.

Al medio El Financiero se le recomienda la utilización de un lenguaje más universal para que su medio logre tener más alcance y deje de ser percibido como un medio dirigido sólo hacia profesionales relacionados a la economía, ya que cuentan con profesionales capacitados para cubrir temas complejos y traducirlos para cualquier persona que los lea.

Además, generar un espacio gratuito para impulsar la educación financiera en Costa Rica, en donde se les explique a las personas como comprender la economía y el impacto positivo que esto puede generar en la sociedad costarricense.

A la Universidad Internacional de las Américas, se le recomienda una mejora en el curso de periodismo económico, para que los profesionales que se gradúen en dicha universidad cuenten con las herramientas suficientes para poder insertarse en el mercado laboral y así, puedan generar un periodismo de servicio.

A los estudiantes de periodismo económico de la Universidad Internacional de las Américas, se les recomienda generar interés en el curso, ya que durante la experiencia de la investigadora como estudiante, se pudo observar la resistencia de los compañeros con el curso, por lo que la recomendación es sacar el máximo provecho al mismo, de tal forma que si en algún momento les toca cubrir esa área, se sientan con las herramientas suficientes para poder hacerlo.

## Referencias

- Aparicio, A. (2009). Las TIC y la pandemia de influenza: Desafío para la Salud Pública.
- Arrese, A. (2015) Las metáforas de la crisis del euro en la prensa española. Universidad Navarra, España.
- Arrese, Á. (2006) Entre la simplificación y el rigor.
- Arrese, A, Vara A. (2016) Periodismo y Economía. En: Maritza Sobrados León (ed.): Estudios de Periodismo Político y Económico.
- Arrieta, A. (2020), Desempleo afectaría a más del 20% de la población, según empresarios.
- Astudillo, M, Paniagua J, (2012). Fundamentos de economía.
- Barrantes, R. (1999). Investigación un camino al conocimiento, un enfoque cualitativo y cuantitativo. San José, Costa Rica: EUNED.
- Botey, A. (2008), La epidemia del cólera (1856) en Costa Rica: una visión de largo plazo.
- Calvo, E. (2011), Periodismo económico: estándares informativos de calidad y perfil del periodista especializado
- Carazo, C (2018), PERIODISMO Y AGENDA SETTING: UNA DISCUSIÓN SOBRE EL INTERÉS POR ASUNTOS PÚBLICOS DE LA CIUDADANÍA. Recuperado de: <https://revistacienciasociales.ucr.ac.cr/images/revistas/RCS160/01-CARAZO.pdf>
- Castells, M, (2000). Internet y la Sociedad web.
- Díaz, L. (2012) Teorías de la comunicación.
- Domínguez, E. (2012) Medios de comunicación masiva.
- Estudios económicos de la OCDE Costa Rica, (2020). Recuperado de: <http://www.comex.go.cr/media/8136/ocde-estudio-economico-costa-rica-2020.pdf>
- Faerron, E. (2018). Tratamiento de la información. Universidad Estatal a Distancia

Garita, M, (2016) Las redes sociales como instrumentos de poder: su influencia en la toma de decisiones.

Hernández R, Fernández C, Baptista P. (2014). Metodología de la investigación [Revisión del libro] <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Herrera C, Leiva M. (2015) Análisis comparativo de los intereses informativos del Banco Nacional, la prensa y la población adulta joven de Costa Rica, para el diseño de las recomendaciones y acciones de comunicación para entidades financieras. Recuperado de: <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/2370/1/38828.pdf>

La Nación. (2020). Editorial: La economía costarricense en el 2020.

Latorre, M. (2018) Historias de las Webs 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0.

Mankiw. G. (2017). Principios de la economía séptima edición.

Ruiz, F. (2014) Como entender al periodismo.

Ruiz, G. (2020). COVID-19 golpea a 12 de los 25 mayores productos de exportación. Sección de economía.

Santos, D. (2012). Fundamentos de la comunicación.

Serra, M. (2020). Infección respiratoria aguda por COVID-19: una amenaza evidente.

Serrano, J. (2020). La economía y la pandemia.

Siles I, Campos P, Segura A. (2018). SITIOS COSTARRICENSES DE NOTICIAS EN FACEBOOK: ¿QUÉ “LIKEAN”, COMENTAN Y COMPARTEN SUS USUARIOS?

Tomasi, S. (2020). Historia de las pandemias mundiales y la economía. Recuperado de: <http://www.magatem.com.ar/HISTORIA-DE-LAS-PANDEMIAS-MUNDIALES-Y-LA-ECONOMIA.pdf>

Trejos M, Salazar H, Lara J, Sáenz E, Badilla X. (2014). Protocolo nacional para la vigilancia de personas con Influenza y otras virosis respiratorias.

## Apéndice

### Apéndice A: Entrevistas de profundidad

<b>Perfil del entrevistado</b>	
<p><b>Daniel Suchar:</b> es un reconocido analista financiero. Además, destacado en sus redes sociales por explicar economía de una manera sencilla para la comprensión de sus seguidores.</p>	
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
<p>¿Ha leído las notas publicadas de El Financiero en materia de economía sobre el COVID-19? (Objetivo 1)</p>	<p>Sí, sí leo El Financiero, pero, el problema que está teniendo ahora El Financiero es que está cobrando las suscripciones. Pero, yo no posteo nada sobre El Financiero porque a mis seguidores no les gusta hacer click y que les salga lo de las suscripciones. Aunque en realidad todas las noticias del tema son muy similares.</p>
<p>Si tuviera que hacer un análisis sobre las notas publicadas en ese tema, ¿Cuál sería su percepción? (Objetivo 2)</p>	<p>Lo que ha hecho El Financiero, es que tiene un nivel muy elevado digamos de nivel, porque ese periódico es muy especializado y a la gente que le llega o como se le conoce en mercadeo el target es una persona que está altamente educada, tiene mucho conocimiento y le gusta dos cosas: Uno que le hablen en su terminología y dos que las notas no sea banales, que eso es una característica muy importante que tiene El Financiero.</p> <p>El Financiero no tiene notas banales, tiene notas muy profundas, son notas increíblemente bien realizadas, son noticias o notas que tienen una gran cantidad de argumentos, para poder sostener cada una de las notas que tienen, valga la redundancia.</p> <p>Eso quiere decir, que utilizan una gran cantidad de estudios, hay un buen sistema de investigación y cuando lo plasman en la redacción ya sea Laura, ya sea Manuel, ya sean todos los chicos, es un periodismo muy profesional y se distancia de</p>

	<p>muchos competidores por eso, porque tiene una profundidad excelente y exquisita en el análisis de la información.</p>
<p>Para usted, ¿Cuáles son los temas que han tenido más fuerza en economía durante mayo y agosto? (Objetivo 1)</p>	<p>Los temas que han estado rondando son tres y son muy claros. El primero, la restricción a nivel de danza y martillo que tenían que ver con el impacto en el manejo de la pandemia, por supuesto, que era un termómetro que se tenía todos los días a ver que iba a pasar.</p> <p>El segundo, tenía que ver con el problema de los ingresos que no se estaban generando a raíz de esto que acabo de mencionar, a la hora de cancelar las y los compromisos de las finanzas públicas, o sea, déficit fiscal.</p> <p>Y el último y no menos importante, es como vas preparando el pronóstico de la economía nacional con base en ese aprendizaje que vas teniendo a lo largo de los meses y en esto que me estás diciendo entre mayo y agosto tenías estudios que lamentablemente hoy que estás levantando la data nos dimos cuenta de que no tenía ningún argumento sólido para poder determinar cómo iba a estar la economía del país.</p> <p>Pero claro, esto tiene que ver con una situación sin precedente alguno, una situación que no había ningún tipo de aprendizaje en otro lado, el aprendizaje va sobre la marcha, entonces las notas que se van realizando al final son un termómetro de lo que está sucediendo en Costa Rica tienen ese tinte de incertidumbre porque exactamente así ha estado el año 2020.</p>
<p>¿Cuáles debieron de ser los temas de prioridad en la agenda noticiosa? (Objetivo 1)</p>	<p>El tema noticioso siempre ha tenido que estar muy de la mano con lo que sucede no solamente hoy sino cuáles son las soluciones que pueden estar en un futuro cercano, si bien es cierto yo no puedo decir que no se han dado porque eso es mentira, tampoco es el común denominador de todos los días de los periódicos incluso en el periódico El Financiero, todos los días no se puede escribir lo mismo porque se satura como se conoce en Costa Rica se chotea la noticia ya empalaga.</p> <p>Entonces, que es lo que sucede que si había algún tipo de noticia que había que darle mucho énfasis también hay un problema que fue naciendo y era ese tema cultivo entre algunas huelgas, algunos sindicatos, algunos medios que te daban</p>

	<p>información falsa.</p> <p>Lamentablemente, hoy en Costa Rica no gozamos de la mejor credibilidad del departamento de comunicación del Gobierno nacional, entonces, eso también distrae muchísimo de las verdaderas razones de lo que uno quisiera estar monitoreando los problemas en Costa Rica. Por ende, el periódico también fue “víctima” de ese entorno tan turbulento que había que cubrir una gran cantidad de noticias que en realidad no hubieran salido no pasa nada</p>
<p>¿Qué es lo más importante que deben de conocer las personas sobre el tema COVID-19 en economía? (Objetivo 2)</p>	<p>El tema de Costa Rica tiene tres ámbitos, la educación financiera pública, la educación financiera corporativa y la educación financiera personal. ¿Qué significa esto? Que todo el mundo está engripado, las finanzas públicas están muy mal, las finanzas de las empresas están muy mal y la de las personas mejor ni te hablo.</p> <p>¿Entonces qué es lo que pasa? He visto y tengo que ser sincero el periódico El Financiero ha tenido algunas iniciativas para brindar educación y que la gente pueda tener algún tipo de aprendizaje de conocimiento, especialización, pero no es el común denominador y si hubiese algún segmento que tuviese que ver con educación financiera todos los días no importa en que área tarjetas de crédito, tasas de interés, euro bonos, fondo monetario, etcétera, etcétera, que brindaría un valor agregado a los todo lo que es el sistema financiero.</p>

**Perfil del entrevistado Manuel Avendaño:** Manuel Avendaño, es un periodista con experiencia en el área económica, que durante la pandemia escribió notas de economía influenciadas por COVID-19.

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
<p>¿Cómo ha sido la experiencia de informar en tiempos de COVID-</p>	<p>Ha sido atípica creo que nadie planeo nunca una pandemia de estas dimensiones, las que habíamos vivido antes en el 2002 y en 2009 fueron muy diferentes a esta más pequeñas en su impacto y mucho más fáciles de controlar.</p> <p>Ha sido una experiencia a nivel personal muy retardora y a nivel del equipo de El</p>

19? (Objetivo 1)	<p>Financiero muy exigente porque la dinámica cambió nosotros dejamos de asistir a la sala de redacción de El Financiero desde marzo, yo puntualmente desde el 4 de marzo no he vuelto a la sala de redacción salvo un par de ocasiones a hacer entrevistas muy puntuales y el equipo desde el 12 de marzo no va a la sala de redacción. Entonces, ya llevamos prácticamente 8 o 9 meses en esta condición y eso nos plantea muchos retos en el sentido de que la coordinación se hace 100% a través de medios digitales, WhatsApp de video reuniones y demás.</p> <p>Por medio de estas reuniones coordinamos los temas, los enfoques, la manera en se van a abordar. De la misma manera, el reto de que ya no nos vemos con la misma frecuencia el equipo de trabajo entonces, las reuniones se sustituyen mucho por mensajes, correos electrónicos.</p> <p>Coordinar con las otras áreas como diseño, fotografía, se vuelve también como una pequeña dinámica que antes era hacer una pequeña reunión en una mesa con el diseñador y el fotógrafo o ir y sentarse con ellos y explicarles, mira vamos a hacer este trabajo así, nos vemos a tal hora y nos sentamos, ahora todo es por correo, por mensajes, un poco más impersonal.</p> <p>Y lo mismo pasa con las coberturas que se volvieron muy virtuales, casi me atrevo a decir que, el 95 o 96% de las entrevistas que personalmente yo he hecho son por medios digitales. De hecho, en este periodo sólo he ido a una conferencia de prensa que fue la de la presentación del programa del Fondo Monetario Internacional el jueves 17 de septiembre y ya.</p> <p>Entonces, ha sido una experiencia muy atípica, muy interesante, muy retadora y yo creo que si nos deja muchas lecciones para el futuro.</p>
¿Cuáles son los parámetros para determinar la información que utiliza en El Financiero sobre economía en tiempos	<p>Eso es muy interesante, nosotros normalmente en El Financiero siempre tenemos una planificación muy estructurada de los temas que vamos a ir desarrollando de la agenda. El Financiero es un diario digital y es un semanario en papel, entonces, es un medio que diariamente trata de reportar las noticias más importantes del mundo económico, de los negocios en Costa Rica y la política.</p> <p>Los criterios han cambiado un poquito, porque nos obliga a estar un poco más alertas y pendientes de la agenda. Entonces, nos hemos enfocado muchísimo en el</p>

<p>de COVID-19? (Objetivo 1)</p>	<p>impacto económico de la pandemia, de cuáles son los diferentes alcances y golpes que esto significa para la producción, para el empleo, para la pobreza, para la desigualdad, para el mercado entendido como el mercado de negocios empresas, emprendimientos y demás.</p> <p>También, para el mercado de valores donde se trazan, se cambian y se venden bonos del Gobierno y bueno, cómo esto ha tenido un impacto en las finanzas estatales en una caída en los ingresos por impuestos, con una contracción en la economía, con un reto importante de otorgar bonos de ayuda a personas que están en situaciones complicadas.</p> <p>Obviamente, todo eso nos hace estar alertas, afortunadamente la economía es un ciclo y cualquier factor externo o interno influye en el comportamiento de la economía y hay que estar muy pendientes de ese ciclo. Ese ciclo juega los macro precios, la inflación, las tasas de interés y el tipo de cambio, todos los factores que esto incluye la estabilidad fiscal del país, el déficit fiscal, la deuda pública, el gasto público y los ingresos.</p> <p>También, en ese ciclo entra lo que se conoce como el mercado primario o elemental que son las actividades económicas agro, industria, comercio, manufactura y demás y lo que se conoce como el régimen especial que son las zonas francas, entonces como estar muy de todo lo que pasa en ese ecosistema para estarlo reportando constantemente. Pero, sin duda podemos decir que el 90% de la agenda ha pasado por tema del coronavirus, impacto del coronavirus y explicar cómo le afecta a las diferentes personas y empresas.</p>
<p>¿Cómo se manejó la agenda de El Financiero durante mayo y agosto? (Objetivo 1)</p>	<p>Ha sido también un aprendizaje muy interesante porque nosotros podríamos decir que estas son las épocas doradas de El Financiero porque estamos pasando una situación fiscal muy compleja, porque el país ha estado los últimos 6 o 7 años muy cerca de una crisis sobre todo los últimos 6 años.</p> <p>Históricamente después de 20 años, se aprobó una reforma fiscal en el 2018 y eso tuvo toda una serie de implicaciones. Ahora, estamos a las puertas de buscar un acuerdo fiscal de mayor alcance con el Fondo Monetario Internacional o irnos a un default que va a causar una crisis económica, entonces ahora todo el mundo está</p>

	<p>muy sediento de que les expliquemos como todas esas cosas van a impactar.</p> <p>Entonces, la agenda en El Financiero siempre se ha manejado bajo cinco criterios que son elementales. El primero, es el interés público, a quién interesa y porqué. El segundo, es la explicación la capacidad de El Financiero para tomar temas muy complejos y explicárselo de una manera muy simple a las personas, por eso tenemos una sección que se llama EF explica, que está enfocada en eso.</p> <p>El tercer criterio sin duda alguna es el impacto, cuánto impacto tiene y a quiénes impacta, eso es muy importante y siempre tenemos que tenerlo ahí, nosotros tenemos diferentes tipos de público, personas jóvenes, estudiantes universitarios que nos buscan justamente para entender los temas por las explicaciones hasta asesores de bolsa, gerentes de empresa, de bancos, calificadoras de riesgo que nos leen para saber qué está pasando en el país. Entonces hay que tener un balance de cómo explicarlo muy sencillo y como tocar temas para gente que ya conoce el tema de maneras muy propia.</p> <p>El cuarto criterio creo que está presente en todos los medios de comunicación y es la actualidad, es cuán actual es el tema y que está pasando en ese momento, ir registrando los movimientos, los nuevos hechos sobre un tema como el dialogo nacional que fracaso y ahora vamos de nuevo.</p> <p>Y el último elemento, es un elemento que para nosotros es muy importante, que es el valor agregado, es cuanto valor podemos agregarle nosotros a un contenido que también va poder encontrar en La Nación, en crhoy, en otros medios, entonces, cómo El Financiero lo va a hacer diferentes, cómo le vamos a agregar valor, cómo vamos a utilizar el análisis de datos, cómo vamos a utilizar la profundidad, cómo vamos a utilizar el conocimiento que tenemos para agregarle valor. Esos son los cinco criterios que yo diría que siempre están presentes en el manejo de la agenda.</p>
<p>¿Cómo se mide la percepción del público hacia las notas de economía con la pandemia?</p>	<p>Eso es muy interesante, El Financiero y Grupo Nación en general, tiene varias maneras de hacerlo, nosotros en 2014 implementamos un nuevo modelo de negocio que se llama el modelo de suscripciones que hace que las personas paguen por una suscripción en La Nación o en El Financiero con el objetivo de ir avanzando en obtener ingresos por esa vía y con eso mitigar un poco los ingresos</p>

(Objetivo 2)	<p>de la empresa con la caída de la publicidad tradicional en el periódico impreso, porque obviamente, eso viene en caída y es una realidad de los medios impresos.</p> <p>Esto nos llevó a implementar toda una serie de mecanismos para medir el impacto del trabajo que se hace entonces, una forma en que lo hacemos es con un software que se llama chartbeat. Charbeat, es un tablero en tiempo real que nos dice cuáles son las notas más leídas digamos tira un top 20, en tiempo real, nos dice cuántas personas estás metidas en la nota nos dice de dónde vienen esas personas, si entraron directo de una búsqueda en Google, si entraron directo a la página, si vienen de Facebook, si viene de Twitter, si vienen de Instagram nos dice cuánto scroll hacen las personas en la nota, eso es para saber si hubo un elemento que hizo que se salieran, si había un anuncio en el tercer scroll que hizo que se fueran, si hubo un gráfico que hizo que se quedaran, si hubo un video.</p> <p>Nos dice cuanto tiempo de lecturabilidad promedio tiene las notas entonces, con eso podemos jugar y meterle nuevos elementos para que la gente se quede más y nos dice la circulación cómo los links de “lea más” o “le puede interesar”, eso los lleva a otro artículo que les puede interesar y así recirculan en el sitio web, eso se mide de esa manera.</p> <p>Luego, tenemos otras maneras de medir la efectividad de las notas con la venta de suscripciones entonces, sabemos cuántas suscripciones vendió una nota en un día, entonces, esa nota fue muy exitosa ese día. Entonces, nos ponemos a analizar por qué, si el titular fue atractivo, si había un video que hizo que la gente se quedara más tiempo, si había fotos, si había gráficos que pudieron ayudar y para poder replicar el modelo en otros contenidos.</p> <p>Entonces, el Grupo Nación tiene un departamento que se llama audiencias donde trabajan analistas de datos que diariamente nos envían reportes con todas estas estadísticas y nosotros como periodistas estamos muy pendientes para poder darle continuidad, para saber que buenas prácticas están dando resultados y que buenas prácticas no. Ahora, es muy interesante, porque lo que hoy dio resultados mañana no y después sí, es muy cambiante, tan cambiante como el ánimo de la gente en redes sociales, entonces, es un parámetro, pero también, hay una parte de la agenda que se maneja para dar resultados y otra que se maneja por responsabilidad</p>
--------------	--

	<p>del medio.</p> <p>El medio sabe que es responsable de informar sobre un tema sí o sí porque es su compromiso social, es su razón de ser es esa. Entonces, puede ser una nota que no nos genere un montón de lectura o de impacto, pues se lleva porque un compromiso de El Financiero hacerla, entonces, siempre se trata de ese balance, una cantidad de recursos se destina a trabajos que sabemos que van a generar impacto y que sabemos que se van a medir.</p> <p>Pero, otra parte del trabajo está destinada a crear contenidos que son obligación como medio y como periodistas hacerlos porque tenemos que llevarlos en nuestra agenda.</p>
<p>Si ponemos en perspectiva que la economía está afectando a las personas, ¿Cómo se trata la información económica? (Objetivo 2)</p>	<p>Yo siempre he pensado y en esto yo soy un abanderado de que el periodismo económico por muchos años fue visto como un periodismo muy lejano como un periodismo que me lo escribía un señor con corbata sentado en un escritorio con palabras súper técnicas y aburridas que nadie entiende y cuadrado entonces, el periodismo económico se volvió en algo muy poco atractivo.</p> <p>Casi que fue un periodismo por muchos años escrito de las élites para las élites, era un periodismo donde efectivamente un señor con corbata lo escribía para que lo leyeran un grupito de diputados, de gerentes de bancos, de empresarios y no era un periodismo cercano.</p> <p>¿Qué pasó? Bueno que con el pasar del tiempo y con la masificación de contenidos por medio de internet y con todo lo que está pasando en Costa Rica y con la pandemia que eso lo exagera lo que pasó es que la gente, llegó a entender que todo lo que pase a nivel económico, político, social, ambiental, cultural, tiene un impacto económico y eso a su vez tiene un impacto sobre mi vida, mi bolsillo, mi capacidad de compra y demás.</p> <p>Entonces, esa es la función del periodismo económico que debe de ser un periodismo que se quite la corbata, que deje de ser tan cuadrado, debe dejar de percibirse como un periodismo de las élites para las élites, sino que se tiene que enfocar mucho en ser un periodismo de servicio, que le explique, que eduque a la gente, un periodismo que le enseñe a las personas a hacer un presupuesto mensual</p>

para que no se vean en problemas financieros.

Un periodismo que le enseñe a las personas como gestionar sus deudas, cómo pedir readecuación de deudas en un banco en este momento, cómo buscar un préstamo de banca para el desarrollo, cómo usar sus dólares en favor no en contra, cómo aprovechar los momentos del tipo de cambio para tomar decisiones de comprar o vender.

Entonces, es eso, yo creo que el periodismo económico tiene que ser completamente de servicio, muy cercano a la gente, muy sencillo de entender, muy visual, cada vez más, incluso, con más gráficos, con más videos.

Yo hasta si por fuera, me atrevería a tener una cuenta de TikTok de El Financiero, donde tal vez algunas y algunos de mis compañeros más jóvenes que se pueden percibir mucho más cercanos para la gente, puedan hacer videos de TikTok interesantes para que la gente los vea y en Instagram también, hemos hecho esfuerzos, obviamente ese ha sido un tema que se ha desatendido un poco en el transcurso de la pandemia porque no tenemos la misma cantidad de personal o de recursos que teníamos antes.

Pero, yo creo eso que cada vez debería de ser un periodismo más sencillo, más fluido, menos cuadrado, más cercano, que se perciba más fácil. Uno ve casos como el de Daniel Suchar que es un señor que se sienta con unos papeles y explica muy fácil como profesor universitario que es y la gente le entiende y tiene un montón de seguidores, porque eso es lo que la gente busca.

Entonces, yo creo que esa es la función y la misión que debe cumplir el periodismo económico sobre todo en este momento que es fundamental porque después viene una crisis y que no diga que no se les advirtió porque en El Financiero llevamos meses publicando sobre el tema, entonces cuando la gente se sorprende uno dice, bueno tal vez no nos leyeron en estos años, pero, nosotros lo estuvimos alertando desde hace tiempo.

**Perfil del entrevistado Sergio Morales:** Sergio es editor de El Financiero, cuenta con amplio

conocimiento en comunicación con énfasis en finanzas.	
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
<p>¿Durante los meses de pandemia de mayo a agosto cuáles han sido los temas más relevantes que se han presentado en la agenda? (Objetivo 1)</p>	<p>Bueno, partimos de que es El Financiero y eso ya de inicio nos descarta un montón de temas. Sin embargo, yo creo que parte de la agenda noticiosa desde la perspectiva de periodismo económico que cubre El Financiero está el impacto de la crisis sanitaria este es el impacto que reflejaron los diferentes sectores de la sociedad ante las medidas que se dictaron para contener el contagio, ese es el primer aspecto.</p> <p>El otro aspecto, la profundización de la crisis fiscal y la crisis económica entendiendo estas dos como muy relacionadas, pero no exactamente las mismas. Sin duda, esos dos te puedo decir que son muy importantes. Dentro de estos podemos incluir las medidas y las decisiones que tomaron los diferentes poderes de la República.</p> <p>Sin embargo, este último tema lo podemos poner dentro de los dos que te dije anteriormente, pero si vale la pena hacer una mención especial de todo lo que pasó en la asamblea legislativa en mayo con la elección de presidente y todo lo que ha pasado de la mano del poder ejecutivo de presidencia.</p> <p>Yo creo que básicamente, te puedo decir que esos son como los temas, hay de temas dentro de estos, pero a nivel de resumen esos son.</p>
<p>¿Cuáles han sido los motivos para presentar esos temas? (Objetivo 1)</p>	<p>Los motivos son los mismos de siempre, los valores periodísticos.</p>
<p>¿Cuáles han sido los parámetros que se le han solicitado a los periodistas que</p>	<p>Los parámetros para los periodistas no cambian, no cambiaron con la pandemia. Un periodista no debería de cambiar un parámetro sólo con la pandemia, la pandemia en sí es un hecho noticioso, la pandemia desata un montón de hechos noticiosos y el parámetro de observación y de valores periodísticos que se deben</p>

<p>cubren economía? (Objetivo 1)</p>	<p>tener diría que son siempre los mismos.</p> <p>Desde el punto de vista del periodista los valores son los mismos, dentro de los valores que el medio te pide, dentro de las pautas a cubrir que el medio te da y que vos podes agregar, pero esto dentro de la pandemia, yo no siento que tenga que modificarse, las agendas se modificaron pero, eso es un asunto temático, no es un asunto del periodista.</p> <p>El ideal que nosotros pedimos en El Financiero bueno, que sus trabajos tengas un punto de vista diferenciado, que tengan un contexto bastante claro donde el periodista sea capaz con su trabajo de darle al lector una información que realmente le cuente una historia completa.</p> <p>¿Qué quiero decir con esto? Que el periodista sepa realmente de lo que está hablando y trate en la medida de lo posible en no dejar cabos sueltos al menos, en los aspectos conceptuales.</p> <p>Y obviamente, al ser El Financiero, sepa de numeración tradicional, más profundidad, una labor de mucho más detalle con las fuentes y obviamente, un enfoque se ajuste a la propuesta informativa que nosotros tenemos de cara a los lectores.</p>
<p>¿Cuál ha sido la recepción del público hacia el contenido publicado durante mayo y agosto? (Objetivo 2)</p>	<p>Para contestar esto, tendría que correr un estudio de audiencia, para hablar por lo menos de la audiencia web. Nosotros tenemos algunas métricas, pero en este momento no las tengo a mano, para poder decirte cuales temas fueron los más vistos, los más visitados.</p> <p>Te puedo decir que en términos generales la audiencia se mueve en torno a más sonados entre los medios de comunicación o a lo que ocurre día a día.</p>
<p>¿Cuál es el interés que se busca en las publicaciones de notas sobre economía y coronavirus?</p>	<p>Este asunto del coronavirus vino a demostrarle a muchas personas como la economía, los negocios, aspectos que se consideran erróneamente lejanos vinieron a estar muy presente o eran más cercanos de lo que creíamos. El coronavirus nos vino a demostrar cuán frágil puede ser una economía, cuán frágil es yo tengo un negocio y puede correr el riesgo de que tenga que cerrar por mucho tiempo y tenga que cerrar definitivamente.</p>

(Objetivo 2)

Vuelve a ver el caso del turismo se vino abajo completamente, creo que el hecho de esta pandemia vino a recordarle a la gente, estamos en una sociedad donde todo el mundo interactúa, no solo interactúa físicamente, de manera sanitaria, ve que fácil se puede contagiar la gente, es un nivel tal que los negocios han tenido que implementar lavatorios a la entrada de sus lugares, eso es un asunto de interacción de asunto sanitario.

Pero, todo esto es como una red que donde vos empiezas a avanzar vos decís sí conectadísimo. El señor que le llevaba las lechugas al restaurante, el restaurante le dice estoy cerrado, no me traiga nada y el señor le dice ¿Qué hago con las lechugas que yo tengo? Ve a ver a quien se las vende y ahí sigue la cadena para atrás.

Y creo, que precisamente que si alguien no sabía cuán cerca están las interacciones sanitarias, económicas, decisiones del Gobierno, controles del Gobierno, controles de seguridad pues ahora lo debería de tener claro.

Un expresidente del Banco Central decía que la economía era como un armario con gavetas, con muchas gavetas grandes, vos llegas al fondo de ese gavetero y al final todo se conecta y encontras tres gavetas abierta y decís bueno voy a cerrar estas tres gavetas uno, dos, tres, cuando estás empezando a cerrar la tercera se abren 4 y así funciona esto. En el momento que alguien apriete un botón, en el momento en que alguien presiona un sector, otro sector va a resultar afectado.

En el momento en que las empresas dicen no les podemos pagar el salario a los trabajadores, vamos a recortar los salarios, vamos a reducir las jornadas, en ese momento los principales preocupados son los bancos, las entidades financieras que dicen “Yo base mi préstamo a esta persona pensando en que su salario le iba a alcanzar para que me pagará el préstamo”. Entonces ahí se afecta, con ejemplos de la fuerza mayor.

La gente al principio hablaba sobre los turistas, el seguro, bueno una de las cosas que excluían eran la cobertura por pandemia ¿Por qué? Porque lo creyeron poco probable y ahí está, sucedió, esto vino a demostrarnos que lo improbable puede ser suceder y que además tiene consecuencias que no sólo afectan la primera línea, esto no sólo se queda en la sala de emergencias del Hospital o del CEACO, esto va

	<p>mucho más hacia atrás.</p> <p>Me parece que esto lo que vino a demostrar es a la gente vean hay una serie de interacciones donde si usted empuja algo se van a caer tres cosas más adelante.</p>
--	---

**Perfil del entrevistado Francisco Rivera:** Francisco es un economista con gran experiencia en el área de economía, cuenta con una maestría cursada en Ucrania y actualmente se desarrolla como profesor de economía en la Universidad de Costa Rica.

Preguntas	Respuestas
¿Ha leído las notas publicadas de El Financiero en materia de economía sobre el COVID-19? (Objetivo 1)	Sí.
¿Cuáles fueron los desafíos económicos a los que se enfrentó el país de mayo a agosto? (Objetivo 1)	<p>El país es un país de consumo y un país exportador, esas dos son los motores del país.</p> <p>Al principio del COVID, la salud se interpuso a la economía, las dos paralelas, pero vamos a verlo así dicen primero salud y después la economía, pero el Gobierno habla de que hay que reactivar, yo tengo proteger, pero proteger son \$200 al mes, para una familia de 4 o 5 personas \$200 dólares se te van en 8 días y no te enfermes.</p> <p>La economía empieza a echarse el pulso con la salud, “Hay que abrir los comercios”, “No, no los podés abrir”, “Pero hay que reactivar la economía, proteger no va a reactivar la economía”.</p> <p>Ahí viene la economía naranja, que es de todas las personas que tienen economía informal pero que necesita reactivarse. Entonces, el Gobierno, en vez de dotar de alguna política para reactivar para apoyar a las pymes, quítenles todos los trámites</p>

	<p>posibles, hay que reactivarlas, porque ahí se genera empleo, el Gobierno, ya no genera empleo, más bien está viendo como despide, no va a generar empleo. Entonces, el único lugar en donde puedes generar empleo es en el emprendedurismo.</p>
<p>¿Cómo afectó a la economía la pandemia? (Objetivo 1)</p>	<p>Bueno primero lo que hizo fue enviar a la gente para las casas y a la hora de cerrarse los negocios la gente quedó un cuarto de tiempo, medio tiempo o sin trabajo. La tasa de desempleo venía en el 15% subió al 26.4%, estamos hablando que subió 11.4%.</p> <p>En Costa Rica un 1% representa a 51 000 personas, no todas trabajan, pero hay que entender es que fueron 551 000 personas sin un empleo fijo, o sea, cuando yo quedo un cuarto de tiempo lo que puedo hacer es rebuscar el otro ingreso por otro lado, pero en la informalidad y la informalidad no hay que confundirla con la subterránea que es la economía del narco.</p> <p>Para el narco, lo mejor que le haya pasado es esto, ¿Por qué? Porque hay más necesidad y él lo que te pueda decir es vea yo tengo plata. Ellos se metieron en el negocio del narco crédito, porque está Beto te presta, está Instacrédit, hasta Gollo está prestando dinero, ¿Gollo que vendía? Siempre ha vendido crédito, lo que pasa es que ahora ya lo hizo más descaradamente.</p> <p>Ahora, la economía se ve afectada primero por el desempleo, ¿Cuándo hay crisis? Cuando usted no tiene empleo, mientras usted tenga empleo no hay crisis, lo que pasa es que los hogares se desbalancearon, porque si había dos ingresos y uno dejó de percibir ingresos, eso desbalanceo a muchos hogares.</p> <p>Lo que pasa también, es muchas personas jóvenes que estaban tratando de vivir solas se les vino todo eso abajo, algunos regresaron donde sus papás, otros cambiaron de estrategias porque no había otra alternativa.</p> <p>Ahora, esto cambia mis hábitos de consumo porque no hay empleo, se disminuye el salario, tengo que reinventarme, tengo que buscar temas de resiliencia o sea tengo que adaptarme a los cambios, tengo que tratar de buscar salud mental, porque no es solamente económico, tengo que buscar salud mental.</p> <p>Creo que de ahora en adelante cuando vayas a consumir algo lo vas a pensar más,</p>

	<p>la gente se va a acostumbrar al alcohol a que todo tiene que desinfectarse, es un buen hábito, durante un largo tiempo va a estar ese comportamiento.</p>
<p>¿Los problemas económicos que se presentaron fue a raíz de la pandemia o eran preexistentes? (Objetivo 1)</p>	<p>Bueno, la economía venía en un proceso complicado, una cosa es yo te diga corra los 100 metros y otra cosa es yo te empuje para que llegues a los 400 metros. Lo que sucede es que el COVID terminó de empujar, pero cuando usted empuja, muchos se caen, aunque muchos toman más velocidad.</p> <p>El marketing digital llegó para quedarse, de esa manera usted puede decirme que le compro, que le vendo. El COVID, lo que hace es que acelera todos los procesos, pero como todo hay una parte dura y es que si usted no se adapta al cambio el sistema lo desecha.</p> <p>El problema está, también para los pequeños negocios que no han podido entrar toda esta parte de digital, e-commerce, porque ahorita es ¿Cómo aprendo rápido? Y eso le da ansiedad a la gente y se desespera, ahí es donde se necesita apoyo del gobierno</p> <p>.</p>
<p>¿Cuál es la relevancia de informar sobre economía durante una pandemia? (Objetivo 2)</p>	<p>La economía tiene mucho tecnicismo, por eso es que muchos colegas somos muy diferentes a la hora de hacer un análisis, si vos me escuchas a la hora de hacer un análisis uno trata de buscar la economía tal vez un poco más práctica, más sencilla y que se pueda captar.</p> <p>Yo tengo colegas, que ellos tratan de elevarse mucho para que literalmente nadie los entienda, porque cuando un economista habla casi nadie los entiende, pero cuando un administrador de empresas habla el economista le va a entender todo.</p> <p>Por ejemplo, nosotros hablamos de inflación, los periódicos dicen, “La inflación disminuyó”, pero económicamente es incorrecto, pero periodísticamente se maneja así, pero ¿Cómo debería de ser? Se pueden usar dos conceptos “La deflación en Costa Rica llegó al 1%”, pero si yo le digo “La inflación disminuyó en un 1%”, tiende a entenderse mejor. Sin embargo, la gente todavía no sabe que es inflación.</p> <p>Si yo quiero que no me entienda puedo decirle “El deflactor implícito de los precios aumentó” ¿Y qué dijo? Que el nivel de los precios aumentó. Eso es lo que</p>

	<p>sucede, siempre hay que analizarlo como que cuando uno habla trata de explicar algo, hay que explicarlo como que no puedes usar La Extra para hablar, pero tampoco puedes usar mucho El Financiero para comunicarse. El periódico El Financiero es un periódico elitista.</p> <p>El reto es cómo comunicar que sea de la manera más factible, más sensible, más práctica y que la gente lo pueda entender. Ahora, la economía en Costa Rica no es complicada para entenderla.</p>
<p>¿Le parecen relevantes los temas que publicó El Financiero en materia de economía? Esto tomando en cuenta el contexto al que se enfrenta el país. (Objetivo 1)</p>	<p>Sí, en su momento todas esas noticias son importantes, recordemos que eso es un tema global, El Financiero no sacó un tema relevante, lo normal que puede estar sucediendo en la economía, pero si vos mirabas las noticias de El País o Clarín en Argentina o cualquier otro periódico, las noticias todas se parecían.</p> <p>Entonces al final no sabías si se podía copiar y pegar una noticia y adaptarla a lo nacional, ¿Por qué qué es lo has visto? Que la gente se siente frustrada, que no se reactivan los negocios, que están cerrados, no puedo vender, no puedo generar empleo, no genero consumo, tengo que darle de comer a mis hijos, tengo que mantener a la familia etcétera, etcétera. Entonces, esa ha sido la premisa en la pandemia, pero ha sido mundial.</p> <p>Entonces, lo que hizo fue informar de acuerdo a la realidad, pero no hubo una noticia importante, relevante, lo más importante y relevante fue el tema de la huelga.</p>

<p><b>Perfil del entrevistado Jorge Navarro:</b> Licenciado en psicología, durante la pandemia ha trabajado en una línea gratuita de atención psicológica lo que hace que su experiencia social de cara al virus presente otra perspectiva a la investigación.</p>	
<p><b>Preguntas</b></p>	<p><b>Respuestas</b></p>
<p>¿Han incrementado los casos de</p>	<p>Enfermedades mentales como tal no, problemas de salud mental sí, entre las que se volvieron más comunes la ansiedad, el estrés, la depresión. Pero a un grado</p>

<p>enfermedades mentales durante la pandemia? (Objetivo 2)</p>	<p>manejable, no a un grado de hospitalización.</p>
<p>¿A qué se han debido el incremento de casos de esos trastornos? (Objetivo 2)</p>	<p>La persona no soporta la presión por sí mismo y pueden generar incluso enfermedades hasta de salud normal. Otro factor obviamente la parte económica, para nadie es un secreto que este montón de despidos, de cambios en lo que ha sido la economía a nivel nacional ha generado mucha incertidumbre, aunque los que tengan trabajo lo tienen siempre están con esa incertidumbre si van a poder seguir ganando, si van a poder seguir trabajando.</p> <p>Obviamente, la gente que ha sido despedida y que hasta el día de hoy no ha encontrado trabajo, esos son factores que están ayudando un montón pues a que las personas se enfermen pues no tienen recursos como para poderlos trabajar.</p> <p>También, pasamos de una convivencia de tiempo parcial con la familia a una convivencia de casi tiempo total y eso no es lo cotidiano, eso no es lo normal entonces, se dan mayores conflictos problemas de comunicación, problemas de ponerse de acuerdo, incluso problemas de manejo de la ira por ejemplo, entonces, son factores que también van en alza y que pueden generar montones de problemas a nivel de lo que son relaciones y obviamente, conlleva al aumento de lo que es el estrés, la ansiedad y la depresión también.</p>
<p>¿La economía ha sido un factor detonante para esos trastornos? (Objetivo 2)</p>	<p>Si claro, de hecho, como te lo decía ahorita, la parte económica es parte integral de lo que es el ser humano nosotros nos vemos montones a raíz de lo que es el comercio. ¿Para qué? Para bienes y servicios que nosotros también nos beneficiamos en ganar el salario para poder obtener todas las cosas o poder subsistir.</p> <p>Poder pagar un alquiler o pagar la casa o pagar las necesidades básicas, porque ya comprar carros, comprar otros objetos y todo eso. Pues eso sí, algunos artículos de lujo se han visto en disminución debido a que ya no son prioridad para el consumo.</p>

	<p>Pero, obviamente el hecho de que no se tenga la certeza o un salario como se tenía antes pues obviamente va a afectar montones. El aumento en los despidos el aumento del dólar por ejemplo, y la misma incertidumbre con respecto a que el Ministerio de Salud abre, cierra locales permite no permite, da cierta restricción, todo eso hace que definitivamente las personas no tengan el acceso a como las tenían antes que incluso ahora aunque tengan acceso a nivel de tiempo ya no tienen el acceso material, el económico propiamente para poderse solventar con base en esas necesidades y eso obviamente conlleva este montón de problemas.</p>
<p>En su opinión, ¿Cómo calificaría la información económica sobre COVID-19 publicada por El Financiero? (Objetivo 2)</p>	<p>Bueno, yo la catalogo digamos que neutral han tratado de dar la información completa con respecto a los enfoques de como ha sido, a los problemas que se han dado a como realmente se está dando toda la situación, toda la circunstancia.</p> <p>Entonces, El Financiero ha intentado brindar la información, lo que pasa es que El Financiero no es un nivel de información que todo el mundo sepa como traducirlo, entonces, ha sido muy interesante, porque realmente la gente ya como que se cansó de estar escuchando noticias siempre alrededor del COVID aunque sea necesaria.</p> <p>Entonces, obviamente El Financiero no solo se centra en toda la parte del COVID, pero es elemental que no lo pueda poner como portada en el sentido de que ese factor es el que justamente pues está generando toda noticias actualmente, todos estos cambios económicos, todas las situaciones, todos los problemas a nivel de economía en el Gobierno como se va manejando, como se va manejando todas las cámaras, como se va manejando todo a nivel general.</p> <p>Entonces, la información me parece adecuada, lo que pasa es que también la gente tal vez no necesariamente la consume con la objetividad que se debería de consumir o con el análisis que en algunas ocasiones debería también tenerse a la hora de poder traducir la información que se está brindando.</p>
<p>¿Cuál sería su experiencia desde el punto de vista</p>	<p>Ha sido un reto, como psicólogo que la sociedad en general en Costa Rica necesita poder establecer vías de desahogo, entonces, el poder aportar es muy importante, lo que pasa es que en algunas ocasiones me ha pasado que la línea que utilizamos</p>

<p>profesional con la pandemia?</p>	<p>en el instituto es gratuita de hecho, se conecta con el 9-1-1.</p> <p>Pero, el detalle está en que en muchas ocasiones no basta con una llamada de una hora de estar escuchando, sino que en ocasiones requiere intervención y mucha gente llama porque lo acaban de despedir, no saben que hacer, están desesperados entonces, es un poco difícil porque hay que darle contención, hay que comprenderlo, pero no se puede decir pague terapia para poder seguir con el proceso es un poco contradictorio.</p> <p>Entonces, desde los recursos que se tienen hay que trabajar un poco con las uñas, brindar un poco de ese espacio para que la persona pueda por lo menos hacer lo que nosotros llamamos catarsis que es que la persona por lo menos desahogue un poco, libere un poco toda esa tensión, se sienta escuchado y a partir eso, empiece a buscar algunas herramientas para empezar a moverse nuevamente.</p> <p>Una situación muy aunada no solamente con la situación de salud mental, situación económica, es la situación legal muchas de las circunstancias también tienen que ver con las pensiones alimenticias, el derecho de visita de los hijos y se ve también afectado porque es una situación que tal vez ellos no pueden pagar en ese momento debido justamente a las mismas consecuencias económicas o las mismas consecuencias sociales que se están viviendo en este momento.</p> <p>Entonces, se convierte en un reto muy grande el saber equilibrar esa parte, aunque sea en una llamada telefónica pueda encontrar una respuesta en si mismo para poderlo trabajar, es un poco agotador, pero, es un reto riquísimo realmente para los que trabajamos en todo lo que es ciencias sociales es esta situación desde la pandemia se ha convertido en algo nuevo, pero en algo que realmente ha retado a los profesionales y lo disfrutamos bastante.</p>
-------------------------------------	--

**Los contenidos serán utilizados de manera confidencial para fines educativos.**

## Apéndice B Ejemplos obtenidos en el análisis de contenido

 El Financiero
 [Contactar](#)
[Te gusta](#)
[Enviar mensaje](#)
[Q](#)

---

 El Financiero 20 de junio · 🌐
⋮



ELFINANCIEROCR.COM

Restaurantes ven evaporarse los ingresos proyectados por el Día del Padre debido a restricciones anunciadas el...

👍👎👏 426
170 comentarios
50 veces compartida

👍 Me gusta
💬 Comentar
↪️ Compartir
👤



**Gonzalo Soffia**

Gobierno sin rumbo, sin lider. No es posible que en 24 horas cambiaron las reglas de apertura, falta de planificacion. Cerrando parte del comercio evitan las fiestas? Restringiendo las placas evitan los baby shower? Ya los restaurantes tenemos protocolos de atencion preparados hace dos meses, pero este gobierno ni tiene equipo economico que nos ampare.

👍👎👏 32

Me gusta · Responder · 16 sem

↪️ 5 respuestas



**Isaac Robles**

Pero los medios si son necios, esto que está pasando es por la irresponsabilidad de los mismos clientes que se olvidaron que estamos en pandemia y estamos a nada de transmisión comunitaria... Sean objetivos en lo que comunican y dejen de sentimentalismos por un negocio cuando sin Salud no hay clientes.





22


Me gusta · Responder · 16 sem

↳ 7 respuestas

## Apéndice C Ejemplos obtenidos en el análisis de contenido





El Financiero
Contactar
Te gusta
Enviar mensaje


El Financiero
12 de junio




ELFINANCIEROCR.COM


Actividad económica de Costa Rica registró caída histórica en abril con afectación en casi todas las industrias




82
14 comentarios
30 veces compartida

Me gusta
Comentar
Compartir

Más relevantes


Escribe un comentario...


Marylu Fallas

Wow, que gran descubrimiento Costa Rica antes de la crisis daba muestras de fragilidad y ahora durante la crisis se terminó de arruinar.

Me gusta · Responder · 17 sem
5

## Apéndice D Ejemplos obtenidos en el análisis de contenido



**El Financiero** ✓  
20 de mayo · 🌐



ELFINANCIEROCR.COM


### No pago de anualidades a empleados públicos generaría \$67.000 millones para enfrentar el coronavirus

👍❤️👎 391

93 comentarios 36 veces compartida

👍 Me gusta    💬 Comentar    ➦ Compartir    👤

Más relevantes ▾




**El Financiero**

🔗 **Contactar**


👍 **Te gusta**

💬 **Enviar mensaje**


🔍

 Ojala fuera al Covid! Pero es para sostener las pensiones de lujo, el tren, la campaña de reelección.

Me gusta · Responder · 20 sem

 Ronald Zuniga  
**SOLO AL BOLSILLO DE LOS POBRES**

Me gusta · Responder · 21 sem

 Cristian López Brenes  
En el 99% de las empresas privadas que son las que mantienen el país a flote, no se le paga a nadie anualidades sino por el desempeño que ofrece el trabajador, esto es una vagabunderia de los años 70's y con el respeto que se merecen pero hay un monton... Ver más

Me gusta · Responder · 21 sem

👍❤️👎 34

🔗 7 respuestas

## Apéndice E ejemplos obtenidos en el análisis de contenido

El Financiero

Contactar

Te gusta

Enviar mensaje

El Financiero

29 de mayo ·



ELFINANCIEROCR.COM

Nuevo ministro de Hacienda promete "mano dura" para recortar el gasto público en tiempos difíciles

251 98 comentarios 11 veces compartida


Me gusta Comentar Compartir

Más relevantes


## Nuevo ministro de Hacienda promete "mano dura" para recortar el gasto público en tiempos difíciles

   251

98 comentarios 11 veces compartida

 Me gusta

 Comentar

 Compartir



Más relevantes ▼



Escribe un comentario...



**Fausto Bejarano**

Mano dura con los que quedan. Pero la falta de disciplina fiscal en las municipalidades así como otras instituciones no se puede discutir. Que clase de burla es esta. Como siempre la agenda Pac nunca es transparente. Siempre hay doble agenda.

Me gusta · Responder · 19 sem



↳ 2 respuestas



**Alejandro Chinchilla**

Llevamos escuchando eso del PAC desde su fundación y TODO ha sido mentira. Son unos irresponsables, la historia está apunto de juzgarlos! #LogroPAC

Me gusta · Responder · 19 sem · Editado



↳ 1 respuesta

## Apéndice F ejemplos obtenidos en el análisis de contenido

**El Financiero** ✓  
12 de junio · 🌐

⋮

i

ELFINANCIEROCR.COM

**¿Cómo puede prorrogar hasta diciembre su deuda con el Banco Nacional por la crisis del coronavirus?**

👍❤️ 55

8 comentarios 23 veces compartida

👍 Me gusta    💬 Comentar    ➦ Compartir    👤 ▼

Todos los comentarios ▼

**Gigio Luna**

Si no les dio la gana ni ayudarme con los primeros tres meses. Seguro el negocio del BN es robarle la casa a las gente. En especial a los q hemos sido fieles y no hemos fallado ni una sola cuota. Y q además hemos pagado la mitad de la cuota en la mita... [Ver más](#)

Me gusta · Responder · 20 sem

👍 1