

UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA  
DOCTORADO EN NUEVOS LENGUAJES DE LA  
COMUNICACION

TESIS DOCTORAL  
MAGISTER ANA EMAIDES

**PERIODISMO ECONOMICO: Análisis comparativo entre medios nacionales y locales y su relación con la percepción de la opinión pública acerca de la agenda económica y sus características**

**DIRECTORES: DR MANUEL LUNA Y DR. JOSE ANGEL RODRIGUEZ MARTIN**

**SUMARIO**

- I. Introducción y antecedentes**
- II. Marco teórico y conceptual**
- III. Objetivo general. Objetivos específicos.**
- IV. Diseño metodológico**
- V. Estudio de campo**
- VI. Análisis del material grafico**
- VII. Tratamiento económico de la crisis de la convertibilidad en el diario La Voz del Interior**
- VIII. Hallazgos en la relación entre el estudio de campo y el análisis del material grafico**
- IX. Bibliografía**
- X. Anexo material grafico seleccionado**

## **I. INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES**

*a. ¿Es esta investigación un proceso de creación de conocimiento?*

He ejercido la docencia universitaria como profesora de economía durante más de 30 años- salvo durante la dictadura-. Un desafío que estuvo y esta presente en toda mi carrera como investigadora y docente universitaria son el abordaje y la búsqueda de soluciones a los problemas económicos que presenta el “ideal del desarrollo”. A principios de los 90s, y tras un cambio en el Plan de Estudios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, la cátedra de Economía Argentina se transformó en Economía y Comunicación (donde gané un concurso como Profesor regular) con lo cual la comunicación de la información económica, es decir, el periodismo especializado en economía fue un nuevo desafío que me propuse enfrentar, tema no ajeno al que siempre me acompañó. En el año 2001 comencé a dictar la asignatura de Economía Política de la Comunicación, donde ingrese por concurso de títulos, antecedentes y oposición en la Universidad Nacional de Villa María.

*b. ¿Es esta investigación un proceso de creación de conocimiento?*

Lo es en la medida que me propongo indagar y describir las características que presenta la información económica en diarios generalistas y la percepción de la información económica por parte del público en general; todo en el contexto de la crisis y reestructuración capitalista, es decir, en un contexto de crisis. Sus resultados pueden servir para el diseño de propuestas que mejoren el ejercicio del periodismo económico y la calidad de la información.

*c. ¿Cuál es mi capital intelectual?*

Parte del capital intelectual de base son mis propias prácticas profesionales como docente universitaria – todos los años dicto un Seminario de Periodismo Económico y economía Argentina - y las sucesivas observaciones acerca de la misma que se han ido actualizando generándome nuevos interrogantes.

Además, he realizado otras investigaciones acerca del tema y relacionadas con él, tales como “*La formación del periodista especializado en economía*”, donde entreviste a todos los egresados de la Escuela de comunicación que ejercían o habían ejercido el periodismo económico; “*El desarrollo sustentable en la Región Centro y la información económica*”, que indagaba acerca de la utilización de la información económica en la prensa gráfica para la toma de decisiones empresariales; “*La información económica en contexto de crisis: el caso de La Voz del Interior durante la salida del modelo de convertibilidad*”; “*Análisis del suplemento económico del diario Clarín en los últimos*

*cuarenta años*” con el objetivo de indagar acerca de la existencia o no de un pensamiento económico dominante en el mismo, sus cambios y la posición frente a las políticas económicas de cada gobierno; he participado en capítulos de libros publicados en México (Universidad de Guadalajara), España (Universidad de Navarra), Brasil y Argentina, sobre el tema. Además, he publicado notas de economía en un medio gráfico local en oportunidad de ser corresponsal del diario La Voz del Interior y representante de la Universidad Nacional de Córdoba, en tres de las Cumbres de Naciones Unidas realizadas en los 90s, donde me enfrenté al desafío de escribir sobre economía para un diario regional dirigido a un público generalista. También he diseñado y Coordinado el Curso de Postgrado en profundización “Diplomatura en Periodismo con especialización en Periodismo Económico” entre los años 2006 a 2009, dictando los Cursos de Economía Política de la Comunicación y de Periodismo Económico.

A todo ello debo agregarle, a mi juicio la más importante, que fueron las observaciones de los *efectos indeseados* que provocaron en nuestra sociedad el desconocimiento, tanto en la economía individual y familiar como empresarial de los impactos que las medidas económicas podían provocar durante las sucesivas crisis que enfrentó la Argentina. Y más aún en contextos de crisis agudas donde el acceso a la información económica resultaba clave para “defenderse” y amortiguar los efectos de la misma. Un caso paradigmático fue la salida de la convertibilidad y el significado de *riesgo país al que se referían los medios de comunicación* sin explicar en ningún caso que significaba ese riesgo, para el común de la gente y para el pequeño ahorrista.

En todo este tiempo y estos últimos años en particular, he tomado contacto con quienes enseñan periodismo económico y participado en los talleres que se imparten en CADAL (Centro para la apertura y el desarrollo de América latina), cuyos disertantes son economistas y periodistas que escriben sobre economía y que han dirigido o dirigen diarios o suplementos de diarios, especializados. La búsqueda de tesis doctorales que tratan sobre el tema en particular muestra que casi son inexistentes y las que hay se refieren a casos de crecimiento de empresas periodísticas y sus estrategias, o abordan aspectos muy específicos, como la que ubiqué en la Universidad Complutense de Madrid denominada “*Estructura y función del texto económico: fundamentos de una léxico-gramática del discurso económico en español*”; en la Argentina existen Maestrías en Periodismo que permiten la especialización en Periodismo económico pero no abundan las tesis sobre el tema. En donde más avance del estado del arte sobre periodismo económico he encontrado es en la Universidad de Navarra, a través del

Seminario de Periodismo Económico que forma parte de la currícula de grado y cuyos profesores, Arrese, Angel y Vara, Miguel, han convocado a congresos y estimulado publicaciones especializadas, pero ellos mismos suelen comentar los pocos alumnos que buscan especializarse. La publicación de Rosa del Río es lo más avanzado que conozco en el tema luego del trabajo de César Coca. En síntesis, el periodismo económico está de moda y es tal vez la especialización mejor paga, pero no hay muchos que se interesen en especializarse.

Es así que me propuse hacer un análisis de la información económica en medios gráficos y a su vez, indagar como es percibida la misma por el público en general; pensando, sin duda, que conocer más, puede proporcionarnos herramientas para mejorarla.

Como docente de Economía y Comunicación de la carrera de Ciencias de la Comunicación y con cursos masivos (hubo años con mas de 1300 inscriptos), les propuse a los alumnos/as participar voluntariamente de la toma de encuestas de opinión publica acerca de la percepción de la información económica en la prensa escrita. Todos los años conté con un importante grupo de estudiantes dispuestos a participar, lo cual sin lugar a dudas, me permitió contar número de encuestadores y con un importante relevamiento de la percepción de de la opinión publica acerca de la información económica.

Al momento de elaborar las primeras encuestas, me preguntaba ¿Está el común de la gente, trabajadores, amas de casa, empresarios, estudiantes, docentes, etc. interesados en informarse sobre economía? En caso de informarse, ¿A través de que medios lo hacen? ¿Qué diarios leen y que dicen acerca de los periódicos que leen? ¿Creen que esa información es comprensible y objetiva? ¿Están satisfechos con la información económica a la cual acceden? ¿Se informan frecuentemente? ¿Reconocen a periodistas que escriben sobre economía?

Mientras tanto, empecé a analizar las características de la información económica que aparecía en los diarios no especializados en economía para luego poder contrastarla con lo que los encuestados decía acerca de la misma, preguntándome: ¿Qué lugar ocupaba en esos diarios la información económica? ¿Si los géneros predominantes eran los más adecuados para informar sobre economía? ¿Si el lenguaje utilizado era comprensible para un público no especializado? ¿Si se utilizaban fuentes confiables? ¿Qué formación profesional tenían los que escribían sobre economía y si ello influía en

la claridad de las notas? ¿Que agenda económica predominaba, particularmente en los diarios locales?

#### *d. Hipótesis*

*El crecimiento de la información económica en los medios de comunicación masiva, particularmente en la prensa, no fue acompañado por una adecuación del lenguaje, de los contenidos y del estilo de la misma. Por otro lado, los procesos de concentración en los medios llevaron a que la agenda fuera impuesta por los medios mas concentrados con la consecuente falta de información económica. La información económica en la prensa gráfica no cumple con las expectativas y demandas de información del público en general*

## **2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL**

Pocos años atrás, Martín Barbero se preguntaba “¿Cuáles son los problemas de fondo que desafían, a los estudios de Comunicación? ¿Cuáles son los problemas de fondo que desafían hoy a la Sociología, a las Ciencias Políticas y a la Historia? Observo en la Universidad Nacional de Bogotá que crecen los interesados por los estudios de Sociología o por Ciencias Políticas, no procesos sociales ni procesos políticos” y concluía, “lo que resulta una contradicción con la transdisciplinariedad de hoy”.<sup>1</sup> Estoy convencida que el problema está aún vigente. Las respuestas proceden de una única fuente, el carácter interdisciplinar de las ciencias de la información y de la comunicación, punto de partida para establecer el mapa internacional de las corrientes, tendencias y escuelas; mostrar los flujos y reflujos de las diversas problemáticas y revelar la dinámica profunda de un sector mas proyectado que nunca hacia el centro de las contradictorias apuestas políticas y culturales de la actualidad

Para Mattelart, “la noción de comunicación abarca una multitud de sentidos. La proliferación de las tecnologías y la profesionalización de las prácticas no han hecho sino sumar nuevas voces a esta polifonía en un final de siglo que hace de la comunicación la figura emblemática de las sociedades del tercer milenio”<sup>2</sup>. El campo

---

<sup>1</sup> Barbero, M

<sup>2</sup> Armand y Michele Mattelart.

concreto de las ciencias de la comunicación dentro de las ciencias sociales se ha visto acosado por la cuestión de su legitimidad científica.

La mayoría de los teóricos del campo de la comunicación sostiene que los medios tienen un determinado poder de influencia en la marcha de la vida social de un pueblo. Y todos coinciden en que históricamente los medios de comunicación social han utilizado ese poder. Schiller afirmaba: *"Existe un poderoso sistema de comunicaciones para asegurar no una sumisión sufrida de mala gana, sino una alianza con los brazos abiertos en las áreas penetradas, identificando la presencia norteamericana con la libertad: libertad de comercio, libertad de palabra y libertad de empresa"*<sup>3</sup>. La importancia de la concentración en pocas manos no radica tan sólo en la estructura económica misma sino en el hecho de ser precisamente la industria de la comunicación quien concentra este poder. La relevancia de la concentración del poder en la industria de las comunicaciones radica en que es productora de materiales y contenidos culturales. Al respecto, Vincent Mosco destaca *"la capacidad del neoconservadurismo en usar la crisis de acumulación y legitimación para redefinir el rol del Estado respecto a la comunicación en favor de intereses de clase"*<sup>4</sup>

Sin embargo, para Zallo *"el ámbito de la cultura es un ámbito de creación, goce, identidad e integración, pero es, también, un ámbito de conflicto. Los modos de aparición y de discurso de muchos conflictos hoy en el mundo, son en claves culturales, ya se trate de conflictos entre civilizaciones, entre países, entre géneros o entre grupos sociales."*

La Economía política de la comunicación comienza a desarrollarse en los años sesenta. Primero adopta la forma de una reflexión sobre el desequilibrio de los flujos de información y de productos culturales entre los países situados a uno y otro lado de la línea de demarcación del "desarrollo". Es a partir de 1975 que la gestión de la Economía Política de la comunicación se abre paso sobre las "industrias culturales" La lógica comercial de un mercado en vías de internacionalización se presenta como un desafío para las políticas gubernamentales de democratización cultural y la idea de servicio y monopolio público. Es así que la economía política de la comunicación trata de entrar en la complejidad de estas diversas industrias con el propósito de intentar comprender el proceso creciente de valorización de las actividades culturales por el capital. Son los tiempos en que se considera que el "desarrollo" no es ineludible, sino, por el contrario

---

<sup>3</sup> Schiller

<sup>4</sup> Vincent Mosco

que el subdesarrollo es la otra cara del desarrollo. La unidad de análisis del capitalismo moderno no es la sociedad nacional, sino el “sistema mundo”

El concepto de “economía mundo” se define según una triple realidad: un espacio geográfico dado; la existencia de un polo “centro del mundo”; zonas intermedias alrededor de este eje central y márgenes muy amplios que en la división del trabajo se hallan subordinados y dependientes de las necesidades del centro. Es un esquema de intercambio desigual, para Wallerstein, el capitalismo es una “*creación de la desigualdad del mundo*” y solo se puede concebir en un espacio desmesurado, “universalista”. Es así como se constituye el mapa de las “redes comerciales”, en el cual las redes de comunicación constituyen una parte esencial y manifiesta una comunicación centrípeta del mundo, con sus jerarquizaciones y la coexistencia de modos de producción diferentes. América Latina es, para esa época el lugar de una crítica radical a las teorías de la modernización y además produce iniciativas que rompen con el modo vertical de transmisión de los “ideales” del desarrollo. Por ejemplo con Freire, en *Pedagogía del oprimido* (1970). Esta pedagogía parte de la situación concreta en la que vive su receptor, para hacerla emerger progresivamente como fuente de conocimientos en un intercambio recíproco entre educante y educado. Además, para esta teoría, los factores que tuvieron mayor impacto en el desarrollo interno de países pequeños fueron *el nuevo sistema de comunicaciones mundiales, los nuevos mecanismos de comercio mundial, el sistema financiero internacional, y la transferencia de conocimientos y vínculos militares*<sup>5</sup>. Estos factores han creado su propia dinámica a niveles internacionales, al mismo tiempo que estos elementos interactúan con los aspectos internos de cada país.

Dentro de los estudios de “agenda setting” “las teorías de los efectos limitados” afirma que los medios de comunicación nos dicen no lo que hay que pensar, sino en que hay que pensar, cumplen la función de un “maestro de ceremonia” o incluso de un tablón de anuncios en el que se anotarían los problemas que deben ser objeto de debate en una sociedad. Es así porque la prescripción de una agenda setting no impide a las redes de relaciones interpersonales cumplir su función de mediador. La influencia de los medios de comunicación es limitada (la “selectividad” de los receptores le supone un obstáculo; no puede ser directa (hay relevos); no puede ser inmediata (el proceso de influencia necesita tiempo).

---

<sup>5</sup> Wallerstein

La batalla para controlar los flujos informativos —observa Manning— “*es una lucha en torno a recursos materiales y simbólicos y nos recuerda que todos estos microcompromisos ocurren en el contexto de un entorno político-económico más amplio.*”<sup>6</sup>

La construcción de la imagen del presente por los medios no es el principio del proceso sino que este arranca de la producción de los hechos que las partes interesadas ofrecen a los medios para su construcción de una imagen de la realidad. “*Es cierto que los medios afirman su independencia en la selección del material que recibe, peor no lo inventan ni lo encargan, sino que en general, lo reciben y escogen.*”<sup>7</sup>. Es casi seguro que este procedimiento asegura el acopio de una gran cantidad de noticias, entre las que será bastante fácil escoger aquellas que suscitarán mas interés en las audiencias, provocaran mas comentarios y tendrán mayores repercusiones en nuevos hechos que realimentaran la información y mantendrán el interés y con ello el negocio. “*El procedimiento garantiza un nivel óptimo de participación del público en lo que pasa, y esa participación es la que le da al fin de cuentas la última palabra. El presunto influido acaba siendo el factor mas influyente...*”<sup>8</sup>

Los medios tratan de influir abiertamente a través de sus comentario, y estos casi solo la prensa los publica<sup>9</sup>. Al respecto, García Canclini dice: *Los gustos de los sectores hegemónicos tienen una función de “embudo” desde las cuales se van seleccionando las ofertas externas y suministrando modelos político-culturales para administrar las tensiones entre lo propio y lo ajeno*<sup>10</sup>.

Sin duda que los medios de comunicación masiva y la mundialización liberal están íntimamente ligados. Por eso, es urgente desarrollar una reflexión sobre la manera en que los ciudadanos pueden exigir a los grandes medios de comunicación mayor ética, verdad, respeto a una deontología que permita a los periodistas actuar en función de su conciencia y no en función de los intereses de los grupos, las empresas y los patrones que los emplean.

## **2.1.CRISIS CAPITALISTA Y CRECIMIENTO DE LA PRENSA ECONOMICA**

---

<sup>6</sup> Manning, P.

<sup>7</sup> Gomis, Lorenzo

<sup>8</sup> idem

<sup>9</sup> idem

El auge de la información económica en todo tipo de medios de comunicación durante las últimas décadas, y los desafíos que plantea el buen ejercicio del periodismo económico, ha generado un creciente corpus de reflexiones sobre las luces y las sombras de esta actividad.<sup>11</sup>

A partir de la década de los 70s las condiciones del capitalismo cambiaron. La transnacionalización y desregulación de los flujos financieros internacionales, y el cambio de paradigma económico hacia las políticas de ajuste estructural y reforma del Estado, crearon una situación macroeconómica de enorme inestabilidad que demandó una mayor información económica por parte de un público generalista. En esa época la Organización de países no Alineados exigían la creación de un Nuevo Orden Económico Internacional, en el que se corregían las injustas relaciones económicas que denunciaban los países en vía de desarrollo. La llegada de la crisis del petróleo de 1973 llevo a que todo esto comenzase a cambiar.

A fines del siglo XX se produce una profunda reestructuración del capitalismo, facilitada por la microelectrónica, que produce un aumento inusitado de las asimetrías y de la exclusión social. Cesar Bolaño dice :” *el movimiento de reestructuración capitalista apunta al mantenimiento e incluso a la acentuación de la concentración del capital; se mantienen, por lo tanto, intactas las condiciones que llevaron al surgimiento del estado intervencionista del capitalismo monopolístico y, como consecuencia de este proceso los estados nacionales pierden capacidad de regular la economía, frente al poderío inusitado del sistema financiero internacional y del gran capital productivo oligopolista globalizado*”.<sup>12</sup>

Los aspectos mas estructurales, están centrados en las características actuales del capitalismo que tiende a la transnacionalización y concentración económica, lo que se traduce en fusiones, adquisiciones, cambios de propiedad de las firmas, aspectos estos muy dinámicos y acelerados que caracterizan el mundo empresarial y muy especialmente en las industrias vinculadas a la comunicación y a la información. Las industrias de la información y la comunicación fueron y son las más dinámicas en cuanto a los procesos de innovación, concentración y transnacionalización. Al respecto, Calvo Martínez afirma: “*La información económica no ha sido... inmune a estos procesos de concentración de propiedad y alianzas informativas*”<sup>13</sup>. Amparadas por la desregulaciones gubernamentales y al igual que ha ocurrido en los sectores comercial, financiero y tecnológico, las empresas de comunicación han adoptado ambiciosas

---

<sup>10</sup> Garcia Canclini

<sup>11</sup> Arrese, A.

<sup>12</sup> Bolaño, C.

<sup>13</sup> Calvo Martinez, Pedro

estrategias de crecimiento exterior mediante compras y fusiones, dando lugar a grandes grupos transnacionales.

Luego de la recuperación de la segunda crisis del petróleo, parte de la percepción pública fue de una mayor confianza en el mercado libre y la extensión de las ideas neoliberales. El fenómeno de la denominada “globalización económica”, su impacto en las economías periféricas y el predominio de las finanzas sobre la economía real afecta el análisis económico.

Es así que, los medios de comunicación irrumpieron de forma contundente en las economías mundiales al conformarse como industrias o grupos de comunicación a partir de la década de los 70. La crisis de energéticos puso en el escenario principal a las tecnologías de comunicación e información que proponían soluciones concretas e inmediatas a esta situación. Ello permitió que la industria de la informática, las telecomunicaciones y la electrónica se desarrollaran vertiginosamente tanto individual como conjuntamente hasta el punto de llegar a converger en la digitalización de los sistemas. La convergencia de la informática, electrónica y telecomunicaciones promovió también la convergencia de capitales de las industrias del ramo. En la medida que el desarrollo tecnológico avanzaba, la unión de capitales se hizo inminente. De tal suerte que para la década de los 90, veinte años después de su aparición en la escena mundial, la Industria de la Información y la Comunicación toma un papel protagónico en la economía global. El secreto de este papel protagónico reside en la concentración de capitales que reúnen, a lo sumo en 20 multinacionales, a todos los medios de comunicación del orbe.

Hasta se habló de la “*Sociedad de la información*”. Para Bernard Miège, la existencia de una sociedad de la información es *"tan impensable hoy como ayer"*, puesto que una cosa es revelar cambios significativos e identificar la emergencia de nuevos *"paradigmas"*, y otra *"es concluir por el paso de una nueva era"* de la humanidad, y es engañosa la impresión de que lo informacional ha afirmado su supremacía, ya que los elementos de continuidad con la sociedad industrial capitalista siguen siendo muy fuertes, incluso donde la producción se encuentra en vías de automatización

### **La información económica**

Desde mediados de los 80, la renovada confianza en la iniciativa privada, un claro ejemplo son la enorme cantidad de privatizaciones, trajo una especie de “*democratización*” del poder económico, que se tradujo en el hecho de que millones de

ciudadanos se convirtieron en inversores y emprendedores, lo que amplió extraordinariamente el abanico de destinatarios de las noticias sobre economía y negocios. Los mercados financieros pasaron a actuar como eje de la actividad económica, trasladando su carácter globalizado al resto de los mercados.

Además, las nuevas posibilidades tecnológicas favorecían que en el mundo de los medios se pasara de mercados masivos a mercados de nicho, lo que afectaba a todos los soportes, viejos y nuevos.

Al respecto el profesor Arrese dice: *“En lo que se refiere a los medios generalistas, la economía sobre todo los negocios y las finanzas pasaron 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”*.<sup>14</sup>

La información económica cada vez está más presente en los medios de comunicación social debido a la demanda y preocupaciones de los ciudadanos por los asuntos económicos, financieros y empresariales. Se cumple así lo que dice Borrat, *“Para saber lo que ocurre en nuestro entorno y en el mundo, para conocernos a nosotros mismos y conocer a los otros, para dotar de significados a las acciones y las estructuras, para —en definitiva— vivir en sociedad, todos necesitamos de los soportes mediáticos. Y ellos necesitan de nosotros para alcanzar sus dos objetivos básicos: influir y lucrar”*.<sup>15</sup>

Es así, que el crecimiento de la prensa económica se produce desde mediados de los 70 y se profundiza en los 90s con la caída del comunismo como sistema económico y la posibilidad de globalizar estilos de consumo. La incorporación de los temas económicos a los contenidos habituales de los medios ha estado marcada por el ritmo de la historia. El profesor Arrese dice: *“A lo largo de la historia, el desarrollo del periodismo económico ha estado jalonado por momentos de euforia y de desolación, por situaciones de innovación y cambio, y por fases de estancamiento y atonía. Al mismo tiempo, desde un primer momento, se han mantenido tensiones y problemas, desafíos profesionales, que de fondo han acompañado-casi sin variara significativamente- a la practica de esta especialidad periodística”*<sup>16</sup>.

La información económica es hoy un factor clave en el funcionamiento de las economías, los mercados y las empresas. En esto cito a Zallo cuando dice: *“El modo de desarrollo, admite los principios que son inalterables de la formación social*

---

<sup>14</sup> Arrese

<sup>15</sup> Borrat

*dominante. La Comunicación y la cultura están convirtiéndose en ámbitos definidos comercialmente”<sup>17</sup>*

El crecimiento la prensa económica tiene, entre sus causas, aspectos, si se quiere coyunturales, como es el desarrollo cíclico del mercado internacional y sus recurrentes crisis. Durante las crisis, se produce así un aumento de la publicidad financiera, lo que redundaría en el auge de los medios especializados en economía o en el crecimiento de las notas de información económica en los medios gráficos generalistas y del crecimiento de los suplementos económicos de los mismos medios. De esa forma se genera una información abundante que ayuda a eliminar la incertidumbre pero que, a la vez, es compleja, muy extensa y ramificada, abarcando varias disciplinas vivas en constante evolución. *“La expansión de la información económica en los medios de comunicación ha generado un creciente corpus de reflexiones sobre las luces y sombras del periodismo económico y su impacto en la vida pública. En ese contexto, adquiere especial sentido analizar las tensiones entre simplicidad y rigor que aquejan al ejercicio de esta especialización periodística”<sup>18</sup>.*

### **El periodismo económico**

El profesor Arrese de la Universidad de Navarra, dice que para enfrentar el desafío de 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, ... la simplificación propia del quehacer periodístico, sujeto a todo tipo de limitaciones espacio-temporales, profesionales y lingüísticas... la ...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.”<sup>19</sup>*

Por su especial sensibilidad y por los efectos inmediatos que pueden tener en los mercados, las noticias económicas y sus explicaciones requieren la máxima especificidad en el uso de términos, y en la utilización de datos. Además, ese rigor en la difusión de hechos y datos, se complica más en un contexto informativo en el que fuentes, analistas y expertos pueden actuar desde el lugar de intereses particulares o de

---

<sup>16</sup> Arrese

<sup>17</sup> Zallo

<sup>18</sup> Arrese

<sup>19</sup> Arrese

grupo que no es sencillo conocer. Sin embargo, agrega “*en las noticias económicas habitualmente no se atiende a estas múltiples dimensiones de los fenómenos económicos: por lo común son analizados en forma simple, por sus causas y efectos más evidentes*”.<sup>20</sup> El periodista especializado tiene la obligación de acercar y hacer atractivos asuntos económicos de por sí, muchas veces abstractos, poco interesantes y muy técnicos.

En general, en los medios masivos de comunicación, el periodista se enfrenta a audiencias heterogéneas. En el mismo momento en que lo pueden leer los jóvenes lo hacen los ancianos, los hombres y las mujeres, los profesionales y los comerciantes, los obreros y los jubilados, etcétera. Otro tema referido al periodista económico es el problema ético. “*Los periodistas económicos están frecuentemente sometidos a fuertes presiones por parte del mundo empresarial, y un buen uso de la ética periodística es, para ellos, de vital importancia, ya que el poder y el dinero pueden seducir al periodista*”<sup>21</sup> y un periodismo económico independiente es fundamental para la transparencia de los mercados y la protección de las inversiones. En trabajo del periodista se desarrolla en el contexto de sociedades en crisis, de fuertes transformaciones socioestructurales y en una tensión constante entre las noticias que producen y el estado de la opinión pública, y en una relación conflictiva con el poder político y económico.

En síntesis, el crecimiento de la información económica en todo tipo de medios de comunicación durante las últimas décadas, y los desafíos que plantea el buen ejercicio del periodismo económico, ha generado reflexiones y estudios sobre esta actividad. A estos desafíos del ejercicio profesional se le han sumado los cambios en las empresas periodísticas presionados por la innovación tecnológica, que ha condicionado y seguirán condicionando la calidad de este tipo de información en los medios generalistas. A ello, se le suma el hecho de que las nuevas tecnologías han eliminado las limitaciones de espacio para ofrecer información que tiene la prensa escrita, así como sus limitaciones de tiempo, diarias o semanales, ya que es capaz de ofrecer la información en tiempo real. Es por ello que se presenta como una necesidad cada vez mayor investigar el impacto de la información económica en la vida pública, y más particularmente en el comportamiento económico de los individuos, los mercados y los gobiernos

### **El lenguaje de la información económica**

---

<sup>20</sup> idem

<sup>21</sup> idem

El lenguaje especializado de la ciencia económica, sólo sirve para hablar rápida entre economistas (quienes no son economistas no quiere decir que no tengan ideas económicas – particularmente microeconómicas – bien claras). Se ha reiterado muchas veces que la información económica está escrita para los entendidos, que se nutre de las fuentes y a ellas se dirige, de manera que forma un círculo restringido por y para expertos. Y ese círculo utiliza un lenguaje especializado en el arte de enmascarar las realidades. Ese enmascaramiento es una de las razones por las que una buena parte de los lectores no entienden la información económica; no es que se traten asuntos sumamente complejos, aunque a veces sí lo sean, sino que deliberadamente se utiliza un lenguaje oscuro y por ende, incomprensible.

Muchas veces está llena de frases o palabras que confunden y hacen más difícil la comprensión de la información y atentan así, contra los fundamentos del lenguaje periodístico. Se crea, muchas veces, una sutil red de equívocos y deformaciones destinada a disimular las contradicciones y los problemas en su real dimensión.

Sin duda el vocabulario propio de la información económica no es sencillo. Es un léxico complejo, con significados muy concretos y específicos y con términos de difícil y oscura comprensión para el público generalista. Coca afirma que *algunos de los vicios más comunes en la información económica es el uso de eufemismos*.

Solo vale recordar durante la crisis del 2001 en Argentina, como los medios gráficos anunciaban con grandes letras el *índice de riesgo país* y su aumento diario, sin que nadie diera cuenta de lo que eso implicaba para el bolsillo de los ahorristas, las cuentas sueldo de las cajas de ahorro, los plazos fijos, etc. Mientras que los grandes inversionistas, particularmente los sectores especuladores que circulan por los mercados financieros del mundo haciendo su toma de ganancias, retiraban sus inversiones y llevaban sus dólares al exterior.

Tampoco podemos desconocer el valor simbólico y descalificatorio del uso de la palabra Pigs que son las iniciales de los cuatro países europeos aparentemente con más problemas en sus datos macroeconómicos y que, a la vez, especializado.

### **Las fuentes en el periodismo económico**

En las fuentes que utilizan los periodistas es donde encontramos algunas diferencias sustanciales entre la información económica y otro tipo de información. En la mayoría de los casos, las fuentes de la información económica circulan por circuitos muy concretos y están sumamente jerarquizadas. El conocimiento previo de fuentes y

periodistas y la confianza de los periodistas en esas fuentes es básico en la información económica. Las fuentes citadas en las noticias económicas son imprescindibles para generar la confianza necesaria en la información que se proporciona. En la información económica, las mismas deben ser fuentes básicamente oficiales o de instituciones privadas reconocidas y legitimadas en el mercado de la información económica. En caso de que la cita sea una persona, la misma debe ir acompañada del nombre de la institución pública o privada que representa.

Las noticias económicas, es decir, los hechos que son noticia, corren por unos circuitos sumamente exclusivos tanto en lo que concierne a las empresas, como a las instituciones relacionadas con este ámbito de la actividad.

La credibilidad es imprescindible en la noticia económica y, la misma, se basa fundamentalmente en la utilización de fuentes confiables y en la formación y objetividad de los periodistas que escriben. Manning lanza ciertas preguntas pertinentes para cualquier investigación de las relaciones entre fuentes, medios y periodistas: “¿Cómo evalúan los periodistas la credibilidad de las fuentes de las que dependen? ¿Cómo deberíamos explicar la dependencia de los periodistas respecto de las fuentes de información rutinarias y cómo puede situarse este problema en el contexto del entorno político-económico y la mercantilización de la información? ¿Qué estrategias pueden usar grupos subordinados y políticamente marginados para acceder al proceso de implantación de la agenda informativa?”<sup>22</sup> .El trabajo periodístico está marcado por plazos acotados, el acceso rápido y seguro a la información se hace requisito fundamental. Al respecto el profesor Arrese afirma “Quizá por la conjunción de todo lo dicho hasta ahora, y por la práctica del periodismo de rutina, el peso de las denominadas fuentes institucionales es tan grande en este tipo de información.”<sup>23</sup>

### **La agenda en la información económica**

El profesor Manning señala una paradoja: sospechamos que los poderosos tienen una gran capacidad para implantar las agendas y controlar la oferta de información en el dominio público y, ello no obstante, nos encontramos con relatos informativos que evidencian la incapacidad de las organizaciones empresariales y los gobiernos para evitar la publicación de informaciones que dañan sus intereses. A medida que se expande el alcance y la variedad de medios informativos en un mundo con canales

---

<sup>22</sup> Manning

<sup>23</sup> Arrese

múltiples y «saturado por los medios», parece aumentar la diversidad y la apertura en la cobertura informativa, aunque nosotros como público nos volvamos cada vez más sospechosos de las maneras como las noticias pueden ser contadas y controladas por los poderosos. *“Por eso, corresponde observar la interacción existente entre fuentes informativas particulares y organizaciones comprometidas en los diversos procesos de mercantilización de las noticias”*.<sup>24</sup>

Ramonet, habla hoy de la inseguridad informativa. Se refiere a que cuando los ciudadanos toman contacto con la información, no están seguros de que esa información sea verdadera. No se refiere a una intencionalidad de mentir, sino a que el sistema mediático no puede garantizar en el momento que emite la información, que esa información sea verdadera. El sistema que se dice *“el más sofisticado de la historia de la comunicación, con más tecnología, es incapaz de dar una información elemental, segura. Eso es lo que llamo inseguridad comunicacional”*<sup>25</sup>.

### **El análisis en la información económica de la prensa grafica**

En el ejercicio del periodismo no sólo es importante que llegue con rapidez la información a los receptores sino que también es necesaria la explicación de lo que quiere decir lo que está leyendo, viendo u oyendo según el caso, y cómo esto repercute en su vida.

*El fuerte que tiene la prensa gráfica es poder reflexionar con mayor tiempo. Hay una comunicación entre el lector y el texto que no se da entre la pantalla y el televidente o entre el parlante y el oyente. La persona que lee el diario puede acompañar la lectura con una reflexión pausada, con un análisis propio de lo que está leyendo, con más tiempo para la interpretación y yo creo que los diarios van aportando más valor agregado a la información que el que aportan los otros medios* (Carlos Jornet, Director editorial de La Voz del Interior, entrevista, septiembre de 2001). La prensa grafica tiene la posibilidad de la reflexión, de la crítica. A medida que leemos el periódico desplegamos nuestras facultades intelectuales para poder comprender qué nos está diciendo el periodista en sus líneas. Nos permite profundizar lo suficiente en causas y consecuencias de los temas tratados. El **análisis, la interpretación y la opinión** le corresponden al diario. El diario da información en perspectiva.

---

<sup>24</sup> Manning

<sup>25</sup> Ramonet, I.

La desventaja con la que cargan los periódicos frente a los medios audiovisuales es la imposibilidad de instantaneidad, de dar información a los lectores al mismísimo momento en que ocurren los sucesos. Los periódicos se encargan de la calidad de la información ya que cuentan con más tiempo para chequear las fuentes, profundizar en los detalles del hecho a informar, ampliar la consulta a fuentes especializadas, acompañar la noticia con la opinión y el análisis de expertos.

En cuanto a la transmisión de la información económica, César Coca, introduce una diferenciación entre la prensa y los medios audiovisuales, en especial la televisión. *“Es cierto que la información económica encuentra en los periódicos y en las revistas su medio ideal. La abundancia de cifras y conceptos de difícil comprensión, el tener que recordar a veces una magnitud citada para comprender la siguiente, el apoyo de gráficos estadísticos; todo esto conduce a los periódicos como el vehículo idóneo, mientras que la radio por sus características es el peor”*. La exigencia en la exactitud de los datos se refuerza en la prensa gráfica a través de los diversos elementos característicos de este medio. En primer lugar, la información económica no sólo es la nota central redactada por el periodista sino que, dependiendo del asunto esta viene acompañada por cuadros y gráficos que relacionan los datos numéricos de los que se está informando. Este tipo de recursos que utiliza el periodismo son denominados infografías. En relación con esto, Ariel Cohen, secretario de redacción de INFOBAE, plantea que *“la ventaja del medio es que se puede graficar muchas cosas; y la desventaja es que requiere mucho trabajo y debe ser muy atractivo, lo cual no siempre se logra por la falta de tiempo. Pero el desafío está en explicar gráficamente asuntos que son difíciles de contar verbalmente”*.

En segundo lugar, se hace presente el comentario, que es un complemento de la noticia. Su función es interpretar y explicar los datos, al tiempo que expresa la opinión del autor. El comentario nos orienta sobre lo que puede acontecer en el futuro en relación con el tema analizado. Los comentarios muchas veces son generados por expertos en la materia, donde proporcionan datos y clarifican conceptos que desconoce el lector.

En tercer lugar, la propia estructura de los periódicos permite diferenciar claramente la importancia de las informaciones. A partir de la titulación el medio gráfico jerarquiza la lectura estableciendo cuáles son los temas centrales y cuáles los secundarios.

En cuarto lugar, el lector puede acceder a la información económica vertida en la gráfica en cualquier lugar y momento del día; esto no ocurre con los medios audiovisuales ya que para determinado tipo de información poseen horarios establecidos para su transmisión.

En quinto lugar, el rasgo más importante y por el cual se puede afirmar que la gráfica es el medio mejor adaptado para la difusión de índole económica es la posibilidad de la relectura: al ser el diario un material documental siempre a nuestra disposición, podemos volver a sus artículos cuantas veces sea necesario en caso de que no hayamos comprendido algún dato, queremos rever alguna cifra, etc.

Juan Radonjinc, ex- director de El Economista, subrayaba que *“la ventaja de la gráfica está básicamente en la cuestión de la profundidad en los temas. La misma permite ilustrar mejor un dato a través de cuadros, gráficos, reportajes, citar una multiplicidad de fuentes y el lector tiene a su disposición un artículo que puede releer, guardar, subrayar, coleccionar, etc”*

Por todo esto, se considera que la comunicación de este tipo de información especializada encuentra su mejor medio de difusión en los medios gráficos, por su nivel de análisis, interpretación, contextualización, su traducción en gráficos explicativos y finalmente la articulación de todos los datos.

Los medios gráficos pertenecen a una industria donde el conocimiento y los descubrimientos, las primicias informativas no son patentables, o sea, nadie puede decir esta noticia es mía, la escribo como una innovación y ya nadie la puede explotar. Y en esa carrera por sacarlas pronto las puedes sacar pronto pero con inexactitud. A partir del nacimiento de los portales financieros y las ediciones online de los periódicos, las noticias de prensa escrita han perdido interés, naturalmente, porque en su mayoría las ediciones online las reproducen con muchísima mayor antelación. La alternativa es hacer periódicos analíticos. Sea una información que aporte valor añadido, que vaya al fondo de las cosas, que cuente las claves que ayudan a tomar decisiones acertadas. Ninguno de los grandes medios importantes del mundo puede prescindir de la economía, ni de forma específica, ni genéricamente.

La sociedad seguirá necesitando información con otro ritmo, más lenta, por ello periódicos no van a desaparecer, porque, es lo que permite la prensa escrita, con periodistas capaces de contextualizar, que es algo fundamental para situar la noticia en tiempo y espacio. Los ciudadanos siempre querrán leer historias bien contadas. Y como dice Ramonet *“Hay que recordar que el público actual está mucho mejor formado que*

*cualquier otro público de una época anterior, y está exigiendo más... Hay razones para ser optimistas.*<sup>26</sup>

### **Argentina, su economía y la información económica.**

#### ***La economía Argentina de los 90s hacia el fin de la convertibilidad y el nuevo período de crecimiento***

En los 80s el país tardó en superar la crisis de 1981, mientras seguía con altos índices de inflación y presionado por los pagos de los compromisos de la deuda externa, esto llevó a una nueva crisis a finales de la década y que coincidió con un nuevo cambio de gobierno. **El gobierno de Menem se caracterizó por formar alianzas políticas con las bases populares** y los centros de poder internacional, necesarios para sustentar una política neoliberal, extraña en un político peronista. Es en 1991 con la ley de convertibilidad que se logra la estabilidad de precios; este régimen de tipo de cambio fijo y el libre movimiento de los capitales atrajo al país capitales especulativos de corto plazo, conjuntamente con los ingresos generados por las privatizaciones y el incremento de la recaudación tributaria permitió a Argentina en 1994 tener una de las tasas de inflación más baja del mundo.

**Durante el gobierno peronista, entre 1991 y 1999** la deuda externa aumentó de 61.000 millones a 145.000 millones de dólares. La deuda pública representaba el 86% del total en aquel año y el 58% en el último. La deuda pública aumentó más del 60% en el período y la privada, impulsada por la diferencia de las tasas de interés internacional y la local, en casi 600%. La Argentina registró así los peores indicadores de endeudamiento de América Latina que, a su vez, era la región más endeudada del mundo. Al final de la década de 1990, la deuda representaba más de 5 veces las exportaciones frente a poco más de 2 veces del promedio de América Latina.

La relación entre intereses devengados sobre la deuda externa y el valor de las exportaciones aumentó más del 100% en el transcurso de la década de 1990. Al final de la misma superaba el 40% y sumada a las transferencias de utilidades de las filiales de empresas extranjeras, la relación superaba el 50%, más del doble del promedio de América Latina.

La evolución del comercio exterior fue coherente con la dinámica del Modelo (convertibilidad). El valor de las exportaciones aumentó más del 100%, pero el de las importaciones más del 300%. Entre 1992 y el final de la década, el balance comercial de bienes y servicios arrojó un déficit de más de 30.000 millones de dólares y la cuenta corriente del balance de pagos de 64.000 millones.

---

<sup>26</sup> Ramoinet, I.

El Plan de Convertibilidad (1991) se aplica como herramienta para frenar la inflación, mientras se recurría al crédito externo para cubrir el saldo de la balanza comercial y de servicios. La crisis del “Tequila” (1994) fue una señal de la dependencia de los flujos de divisas que tenía nuestro país, pero la crisis de 1999 fue mas fuerte aun cuando el país no podía llegar a pagar la deuda externa ni siquiera los intereses que esta generaba (cesación de pagos).

### **La estructura social**

Es en el periodo 1998-2001 en el que se registra la crisis final del modelo de liberalización de la economía produjo la desaparición de pequeñas y medianas empresas manufactureras que no pudieron soportar la competencia externa. La privatización de empresas de servicios públicos y las industrias básicas de hierro, hacer, petróleo y petroquímicas, tuvo el efecto de contracción de la mano de obra tanto calificada como no calificada, acelerando las tasas de desempleo que llegaron al 22% de PEA y alrededor del 57% de la población quedo baja la línea de pobreza. Las nuevas empresas de servicio de alto desarrollo tecnológico requerían de personal de alta calificación y por ende con sueldos diferenciados, aumentando la desigualdad de ingresos entre la clase-media y clase media-alta.

Entre 1991 y 2001 el desempleo de la PEA se expandió del 6,1% al **18,3%**. El porcentaje de los asalariados con empleos precarios pasó del 30.6% al 38.2%. La tasa de empleo no registrado aumentaba del 29,6% en 1991 a **37,3%** en el año 2000. La pobreza de la población trepó del 21.5% al **35.4%**, la indigencia se cuadruplicó afectando al 12.2% de la población a fines de 2001.

### **Ahorro e Inversión y el Balance de pagos**

En el período 1993-2001 el ahorro nacional bruto promedio se ubicó en el 15,9% del PBI, mientras que la inversión bruta interna fija representaba para el mismo período 18,4% del PBI. La diferencia se financiaba con endeudamiento externo. La tasa de rentabilidad empresarial promedio de las empresas de mayor tamaño, que se asocia con el aumento de la inversión, fue de un 3,1% en el período 1991-2001. En el período 1992-2001 el saldo comercial del Balance de Pagos registró un saldo deficitario que promedió los US\$ 3.769 millones.

Mientras que en dicho período la cuenta corriente del Balance de Pagos presentó un saldo deficitario que promedió los US\$ 8.783 millones. A lo largo del período de convertibilidad se fugaron anualmente divisas en un promedio de US\$ 7.730 millones.

*En síntesis; En los 90s se sucedieron acontecimientos que, poco después, provocarían un cambio drástico de la evolución de la economía argentina.*

### **El fin proceso de acumulación**

A partir del golpe de Estado de 1976, el proceso de acumulación fue nuevamente interrumpido, abarcando desde el plano institucional hasta las principales variables económicas.

El retorno a la estabilidad institucional en 1983 (que hereda una inflación de más del 400 % anual; una estructura productiva destruida; y un endeudamiento por encima de la capacidad de pago) fue un paso importante para iniciar el proceso de acumulación en sentido amplio. Pero en otros planos subsistieron problemas, a esa altura históricos. Los acontecimientos de la década de 1990 frustraron el despegue de procesos acumulativos esenciales y desarticularon otros preexistentes. Por ejemplo: la formación de capital, la tecnología y la autonomía de gestión de las políticas públicas.

Según las estimaciones de FIDE (Fundación de Investigación para el Desarrollo), en la década de 1990, **el 60% de las utilidades fueron remesadas al exterior**. Otra parte importante de los excedentes fue transferida al exterior en concepto de pagos de intereses de la deuda privada, incurrida en gran medida para la compra de los activos de empresas privadas y públicas.

Estos hechos convergieron para agravar un problema endémico: la fuga de capitales. **El dinero colocado en el exterior a cuenta de residentes en la Argentina (incluso de gobiernos provinciales)** ascendió, en la década de 1990, a una suma comparable al monto de la deuda externa. *El modelo neoliberal promovió la exportación de ahorro argentino y, como contrapartida, registró la importación de deuda y la transferencia de sectores fundamentales de la economía a la propiedad de no residentes*. El resultado fue la baja de la tasa de acumulación de capital de la economía argentina que, de un promedio del orden del 22% del PBI entre 1930 y 1975, declinó al 15% en el período de hegemonía de la estrategia neoliberal. El problema fue agravado por la concentración de la inversión en los sectores más rentables y la descapitalización en el capital social y productivo del resto de la economía.

El peso creciente de la deuda externa generó un desequilibrio crónico que subordinó al país a negociaciones continuas, renovadas e interminables con el FMI y los acreedores. Las condicionalidades inherentes a los acuerdos con el Fondo y a las expectativas de los mercados para acceder al financiamiento voluntario de los mismos subordinaron la política económica al pensamiento céntrico y a la ideología neoliberal profesada por los grupos hegemónicos en el espacio interno. **El Consenso de Washington** se articuló así con una estrategia de renuncia a la capacidad de conducir la política cambiaria, monetaria y fiscal, proceso que llegó a su culminación con el Plan de Convertibilidad y la reforma de la carta orgánica del Banco Central.

La decadencia económica de la economía argentina que se inició en el año 1998 culminó en el año 2002. La crisis argentina; que coincidió con un crecimiento a nivel mundial que si bien fue leve, no fue una recesión, ni mucho menos una depresión

*La crisis (1998 – 2002) en estadísticas.*

- El producto bruto interno (PBI) real cayó un 28% desde su máximo (1998) hasta la depresión (2002).

- La moneda argentina, el peso, equivalente a US\$1 desde abril de 1991, se devaluó en enero de 2002, depreciándose hasta casi 4 por dólar antes de su recuperación parcial
- La inflación, baja o negativa desde principios de los '90, fue del 41% en 2002.
- El desempleo, sin contar las personas incluidas en planes de emergencia del estado, aumentó del 12,4% en 1998 al 18,3% en 2001, y al 23,6% en 2002.
- La tasa de pobreza creció del 25,9% en 1998 al 38,3% en 2001, y al 57,5% en 2002.
- En términos reales (con el ajuste por la inflación), los salarios cayeron un 23,7% en 2002.

Como dijimos antes, Argentina ya había sufrido una recesión en 1995 como efecto secundario de la crisis Mejicana. El rasgo más negativo del período fue el incremento de la tasa de desempleo. De 1989 a 1999 la cantidad de puestos de trabajo creció tan rápido como la población, pero la cantidad de gente que quería trabajar creció aún más. Es así como en **1998** Argentina ingresó en una recesión y a fines de 2001 la economía se encontraba en una auténtica **depresión**. Luego de años de crecientes beneficios para ambos, el comercio argentino-brasileño se estancó en 1998 y decayó en 1999.

En diciembre de 1999 Fernando De la Rúa sucedió a Carlos Menem en la presidencia. Inmediatamente, su gobierno aprobó el primero de tres paquetes de aumentos impositivos, efectivo en enero de 2000. Los indicadores económicos volvieron a tornarse negativos cuando el aumento impositivo aniquiló la recuperación económica que recién comenzaba. El gobierno creyó que reducir el déficit presupuestario infundiría confianza en las finanzas del gobierno, disminuyendo por lo tanto las tasas de interés y estimulando el crecimiento económico. Nuevos errores en la política impositiva y monetaria empeoran las cosas en el año 2001. La vuelta a una economía en retroceso condujo a problemas políticos en los años 2000 y 2001. El 18 de marzo de 2001, en protesta a la propuesta de recorte de gastos, renunciaron algunos ministros del partido político Frepaso, dejando el gabinete de coalición de De la Rúa. Estas renunciaciones marcaron el principio de la verdadera fase de crisis en los problemas económicos argentinos. La respuesta del presidente De la Rúa consistió en nombrar ministro de economía a Domingo Cavallo.

Cavallo emprendió políticas muy diferentes de las que había llevado a cabo anteriormente. De la Rúa y Cavallo aseguraron la aprobación del Congreso argentino de dos paquetes impositivos más, en abril y agosto de 2001. El gobierno argentino cayó en la “trampa de la deuda” a mediados de 2001. Los nuevos impuestos recargaron aún más a una economía ya tambaleante. Los cambios en la política monetaria hicieron disminuir la confianza en el peso. La preocupación de que los préstamos y depósitos en dólares estuvieran en peligro debido a las políticas del gobierno hizo crecer significativamente incluso las tasas de interés en dólares dentro de Argentina. El estado argentino había estado pagando a sus acreedores entre 3 y 9 por ciento más que lo que pagaba el Tesoro de los Estados Unidos. En julio de 2001, cuando las agencias calificadoras redujeron la calificación crediticia de la deuda estatal argentina, creció por encima de los 16 puntos, y para fines de octubre superaba los 20 puntos por ciento. Semejantes tasas indicaban que muchos inversores

temían un default. El gobierno se encontraba en la “trampa de la deuda”: con las tasas de interés que debía pagar para tomar préstamos, la deuda crecería tan rápidamente que excedería la capacidad del gobierno y de la economía argentina para pagarla.

La estimación de la actividad económica mensual calculada por el Instituto Nacional de Estadística y Censo de Argentina sufrió una caída año a año del 15,5 por ciento, la mayor desde el inicio de esta serie en 1993. La economía se hundió, pasando de lo que aún podría haberse llegado a denominar una grave recesión, a una verdadera depresión.

La economía en decadencia y el congelamiento de depósitos provocaron violentos disturbios en los que se produjeron muertes. Antes del 20 de diciembre, el ministro Cavallo y el presidente De la Rúa habían renunciado. El 23 de diciembre, el presidente Adolfo Rodríguez Saá declaró el default en la deuda del gobierno federal con acreedores del sector privado extranjero.

Eduardo Duhalde, asumió la presidencia el 1º de enero de 2002,. Instituyó cambios revolucionarios al devaluar el peso; convertir forzosamente a pesos los depósitos en dólares y préstamos (“pesificación”); y anular contratos de varios tipos. Violó los derechos de propiedad establecidos dentro de la ley argentina durante al menos una década, y en algunos casos desde los años 1800. La economía se hundió aún más, con la estimación año a año de la actividad económica cayendo a un récord de 16,9 por ciento en enero y 16,6 por ciento en marzo. La estimación no fue positiva hasta diciembre de 2002. La economía cayó un 10,9 por ciento en el año 2002 luego de un descenso del 5,5 por ciento en 2001.

El desempleo y la pobreza aumentaron bruscamente en 2002. La proporción de argentinos debajo de lo que oficialmente se definía como el índice de pobreza saltó del 38,3 por ciento en octubre de 2001 al 57,5 por ciento un año mas tarde. Se calcula que cerca del 40 por ciento de los argentinos vive con \$1 por día, o menos, y otro 20 por ciento con \$1 a \$2 por día.

Aproximadamente desde el mes de agosto de 2002, la economía se recupera. La tasa de cambio se estabilizó e incluso se revalorizó. La inflación no se descontroló; el índice de precios al consumidor aumentó un 41 por ciento en 2002; y la inflación puede mantenerse en un dígito en el año 2003. La producción tocó fondo, algunos sectores de exportación comenzaron a expandirse, y para mediados del 2003 la recuperación era pronunciada. Desde diciembre de 2002 a abril de 2003 el gobierno levantó el congelamiento de depósitos bancarios

El 5 de septiembre de 2002, el FMI permitió que Argentina demorase el pago de unos \$2.800 millones en préstamos por un año. El 14 de noviembre, Argentina entró en default en un préstamo con el Banco Mundial. Se saltó un pago al Banco Interamericano de Desarrollo con vencimiento al 15 de enero de 2003; y amenazó con dejar de pagar los préstamos al FMI a partir del 17 de enero. Argentina era uno de los mayores deudores de estas tres instituciones. El 17 de enero de 2003, el director ejecutivo del FMI anunció que recomendaría la renovación, para que Argentina no cayera en el default, pese a que no había efectivizado el pago próximo a vencer. El 24 de enero, la junta del FMI aprobó un total de \$6,800 millones en préstamos, cuyo efecto fue que Argentina no

debiera pagar ningún préstamo anterior con vencimiento previo a agosto 2003. El 25 de mayo de 2003 Néstor Kirchner, asumió como presidente.

### **Un nuevo período de crecimiento (2002-2010)**

La recuperación económica actual se inició en el segundo trimestre de 2002, después de una marcada recesión que había comenzado a mediados de 1998. Durante dicha recesión (1998-2002), la economía perdió cerca del 20 por ciento de su PIB y la tasa de pobreza creció desde un 18,2 por ciento del total de hogares (octubre 1998) hasta un 42,3 por ciento (octubre 2002). Fue una de las peores crisis económicas en la historia de Argentina y no se podía resolver con las políticas económicas que el gobierno se comprometía a seguir en ese entonces. Pero lo más importante es que el sistema de “convertibilidad”, bajo el cual el peso argentino fue fijado a un tipo de cambio de uno a uno con el dólar, había sido una carga insostenible para la economía por mucho tiempo, una “camisa de fuerza” para la política monetaria y se había tornado insostenible. El tipo de cambio y la economía eran ambos sostenidos a través de un creciente endeudamiento externo, el cual resultó en la acumulación de un nivel insostenible de deuda pública.

En esta etapa se delinea los principales rasgos de funcionamiento del esquema de la post-convertibilidad, el crecimiento se sustentó en el desarrollo de los sectores productores de bienes, en particular la producción manufacturera. A partir de 2004 y hasta fines del 2007 Argentina tuvo un crecimiento ininterrumpido del 9 % anual en su Producto Bruto Interno. En el 2006, por primera vez en 30 años, superó el nivel del PBI logrado en 1974 (más 6,6 %).

Las políticas económicas que contribuyeron a la recuperación. Entre estas políticas, quizás la más importante sea la cambiaria. Su importancia es evidente desde el segundo trimestre de 2002, cuando el gobierno reforzó los controles cambiarios e intervino en el mercado de moneda extranjera para estabilizar el peso. En un principio, el problema consistió en que el peso se había devaluado demasiado, como resultado de una “sobre-reacción” (overshooting) que elevó el tipo de cambio nominal hasta 3,6 pesos por dólar estadounidense en mayo de 2002. La evaluación había causado un pronunciado repunte en la inflación, la cual llegaba a una tasa anual de más de 28 por ciento. Para el gobierno, la estabilización del tipo de cambio nominal era una prioridad, no sólo para que contribuyera a estabilizar la inflación sino al sistema financiero también. El proceso de estabilización de la moneda se realizó principalmente a través de intervenciones en el mercado de cambios (vendiendo dólares) y también a través de restringir el flujo de pesos fuera del sistema bancario.

### **Marco Político y estructura social**

A partir del año 2003/7 el gobierno de N Kirchner; a partir del año 2007/2011-2015. el gobierno de C F Kirchner

Entre 2003 y 2009 la tasa de desocupación de la PEA disminuyó pasando del 17 % (12.910 millones de personas) a un 8,8% (16.308 millones de personas). La tasa de empleo no registrado descendía del 37,1% en 2003 a un 27,4% en el año 2009. En cuanto a la distribución

del ingreso la masa salarial en el 2003 representaba el 34,3 % del PBI, en el 2009 llegó al 44,7%. Entre 2003-2008 se revierten las tendencias de las tasas ocupacionales pasando del 17;4% de desocupación al 7;8%, producto de nuevas políticas orientadas a la redistribución del ingreso (asignación universal por hijo) disminuyendo también los niveles de desigualdad ( coeficiente de gini) . En el 2004, el 10% más rico ganaba 25,4 veces más que el 10% más pobre. En 1990 la diferencia era de 15 veces. Pero desde 1992 la desigualdad comenzó a profundizarse, aún en los períodos de alto crecimiento económico como 1996 y 1997. Desde 1990 al 2005 la distribución del ingreso en la Argentina se vió notablemente erosionada, impactando sobre todo sobre el 60% más pobre de la población.

### **Las principales Ideas**

Para Aldo Ferrer (2010) las ideas económicas y los actuales debates parten de sostener “los equilibrios macroeconómicos, en los pagos internaciones, la moneda y las finanzas públicas, con recursos propios. Esto proporciona capacidad operatoria y autonomía a la política económica y permite la existencia de un estado desarrollista” Estado fuertemente intervencionista. Crecimiento del gasto público. Reestatituciones de ex empresas públicas.

### **Variables económicas y los “vaivenes” económicos**

Ahorro e Inversión: En el período 2003-2008 el ahorro nacional bruto promedio alcanzó un 24,8% del PBI, mientras que la inversión bruta interna fija promedio representaba para el mismo período el 21,8% del PBI. El saldo favorable ahorro-inversión permitió la reducción del grado de endeudamiento externo del país, tanto a nivel del sector público como del sector privado. En el año 2002 marco de la crisis final del régimen de convertibilidad la relación Inversión/PBI representaba el 11,3% mientras que en el año 2010 representó el 22,8%, es decir se expandió a una tasa anual acumulativa del 17,5%. Este sostenido aumento de las inversiones permitió que se expandiera la capacidad productiva de la economía y posibilitó una tasa anual acumulativa de crecimiento del 7,4 para el período 2002-2010. La tasa de rentabilidad empresaria promedio de las empresas de mayor tamaño, que se asocia con el aumento de la inversión, fue de un 8,5% en el período 2003-2009. En el período 2002-2008 Luego de la crisis, el estado impulso transformaciones en el modelo de desarrollo económico social, sosteniendo un tipo de cambio alto que favoreció las actividades vinculadas con el mercado interno, al tiempo que encareció las importaciones y donde tiene cabida nuevamente la sustitución de las importaciones. Esta política macroeconómica sumada a los altos precios de los productos exportables y al crecimiento de las exportaciones de los commodities y productos primarios semielaborados permitieron un crecimiento del 9% del PBI, revirtiendo las tendencias de las tasas ocupacionales.

Balance de pagos: Entre los años 2002 y 2010 se fugaron anualmente divisas en un promedio de US\$ 8.142 millones. En el período 2002-2010 el saldo comercial del Balance de Pagos registró un saldo superavitario que promedió los US\$ 14.143 millones. Mientras que en dicho período la cuenta corriente del balance de pagos presentó un saldo superavitario que promedió los US\$ 6.886 millones. Este superavit permitió un incremento de las reservas en manos del BCRA (Banco Central de la República Argentina), que pasaron de menos de US\$ 10.000 millones a comienzos del 2002 a más de US\$ 52.000 millones a finales del año 2010.

El paro agropecuario, y bloqueo de rutas en Argentina **de 2008** fue un extenso conflicto en el que las cuatro organizaciones que reúnen al sector empresario de la producción agroganadera en la Argentina protestaron contra la decisión del gobierno de incrementar las retenciones a las exportaciones de soja y girasol y establecer un sistema móvil para éstas (resolución 125/08).

La medida patronal se extendió por 129 días, desde el 11 de marzo de 2008 hasta el 18 de julio del mismo año, y culminó con la derogación de la Resolución 125/08 del Ministerio de Economía y Producción por parte de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner.

El 17 de junio de 2008 la presidenta Fernández, envió al Congreso un proyecto de ley sobre las retenciones a las exportaciones de granos y las compensaciones a los pequeños productores, con el fin de que sea el Poder Legislativo el que resuelva en definitiva la situación. En la madrugada del 17 de julio, la Cámara de Senadores, en una votación que debió ser desempataada por el Vicepresidente de la Nación, rechazó con el voto del ex presidente y senador Carlos Menem el proyecto de ley enviado por el Poder Ejecutivo, que había sido previamente aprobado con modificaciones por la Cámara de Diputados. El 18 de julio la Presidenta de la Nación ordenó dejar sin efecto la Resolución 125/08, luego de lo cual uno de los dirigentes ruralistas dio por terminado el conflicto.

El analista financiero y premio Nobel de Economía **Joseph Stiglitz** elogió la recuperación de la Argentina tras la crisis del 2001 y se refirió al país como un ejemplo para las principales potencias que hoy enfrentan difíciles escenarios.

En una editorial que elaboró para describir los desafíos de la economía mundial en 2011, Stiglitz recordó que "para Europa y los Estados Unidos, el de 2010 fue un año de decepción". Al respecto, explicó que muchos países aún no pudieron superar los coletazos de la crisis financiera que se disparó en 2008 con la quiebra del banco norteamericano Lehman Brothers. "En 2009, dimos un paso atrás al borde de la depresión y 2010 había de ser el año de transición: cuando la economía volviera a ponerse en pie, se podría disminuir suavemente el gasto en estímulo", analizó, según publicó el sitio Project-syndicate.org. Advirtió que fueron "erróneas" las medidas que se aplicaron en los EEUU y Europa para revertir la debacle. Lamentó la decisión de "pedir austeridad al sector público" y vaticinó que "la consecuencia será, casi con toda seguridad, una

recuperación más lenta e incluso una mayor demora antes de que el desempleo baje hasta niveles aceptables".

Por el contrario, consideró que será clave la reestructuración de las deudas y por ello elogió las políticas que se aplicaron en la Argentina: "Sabemos por experiencia, no se acaba la vida después de la reestructuración de la deuda. Nadie desearía a cualquier otro país el trauma por el que pasó la Argentina en 1999-2002, pero este país también padeció en los años anteriores a la crisis años de rescates por parte del FMI y de austeridad a consecuencia de un enorme desempleo y tasas de pobreza y crecimiento bajo o negativo".

Elogió el "extraordinariamente rápido" crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI) argentino (que recordó fue de 9%, en promedio entre 2003 y 2007) desde la reestructuración de la deuda y la devaluación del peso. "Asimismo, la tasa de pobreza de la Argentina se ha reducido en unas tres cuartas partes en relación con el momento peor de su crisis y este país capeó la crisis financiera mundial mucho mejor que los EE.UU.: el desempleo es elevado, pero, aun así, no supera el 8 por ciento. Sólo podríamos conjeturar lo que habría ocurrido, si no hubiera aplazado el día del juicio final durante tanto tiempo... o si hubiese intentado retrasarlo aún más", agregó.

La tasa de desocupación en la Argentina fue del 17, 2 en el año 2003 al 7,2 en el año 2012. La evolución del Producto Bruto Interno:

	1999	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Argentina	-3	0,8	-14,7	8,7	8,3	9,2	8,5	8,7	6,8	0,9	7,5	8,9	1,9

### **La Argentina y la información económica**

En Argentina el tema económico está muy presente en la sociedad sobre todo después de la hiperinflación del 89, la gente lee por una cuestión de supervivencia. Desde esa época todo el mundo está al tanto de cuanto es el valor del dólar o de la inflación del mes y mas aún ahora con las medidas de control sobre el mercado cambiario. Se publican en Argentina varios periódicos de prensa económica. Además, hay que tener en cuenta las secciones de economía de los diarios generales o las páginas salmón que suelen incluir los domingos. Por ejemplo, Clarín, es uno de los pocos diarios multitarget del planeta. Por esa causa, un diario multitarget en la tapa de su Suplemento Económico incluye una información que llegue a más lectores y publica temas mucho más masivos. Desde 2008 con la crisis del campo y mas aun con La ley de Servicios audiovisuales es percibido al Grupo Clarín (al que pertenece el diario) como la voz de la oposición.

## **La prensa local y nacional**

La agenda económica de los diarios es definida en gran parte por el poder económico y mediático central. Pero además, suponemos que, los grandes medios nacionales se ocupan de los sucesos más significativos y llevan al conocimiento público una cantidad ínfima de acontecimientos locales, es importante plantearse qué papel juegan y que porción de la realidad cubren los medios locales o regionales. Los periódicos locales o regionales, deberían entonces tener un papel muy activo en la “construcción de la realidad social local o regional”. De este modo, pueden cubrir el vacío dejado por los grandes medios con respecto a los hechos cercanos.

### **III. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS**

#### Generales

1. Describir la información económica en la prensa gráfica
2. Describir la percepción de la opinión pública acerca de la información económica

#### Específicos

1. Describir el contexto económico durante el período analizado
2. Describir las características del lenguaje de la información económica en el corpus seleccionado
3. Describir las características de las fuentes de la información económica en el corpus seleccionado
4. Describir los géneros que predominan en la información económica presente en el corpus seleccionado
5. Describir la agenda económica en el corpus seleccionado
6. Analizar la evolución de las características que presenta la información económica en el corpus seleccionado
7. Analizar la percepción de la opinión pública acerca de la información económica presente en el período seleccionado y su evolución y particularidades

## IV. DISEÑO METODOLÓGICO

El trabajo consiste en una investigación empírica, la cual, a través de la descripción del objeto de estudio tiene el propósito de agregar valor al conocimiento del estado del arte sobre periodismo económico (si bien sabemos que ninguna forma de descripción agota todos los aspectos que forman el objeto de investigación), Recordemos que Ander - Egg no contrapone investigación científica a investigación empírica, sino que presenta esta última como parte de la primera, identificándola concretamente como el trabajo de campo.

Asimismo, y como un valor agregado, intentará explicar el porque de algunas practicas en el periodismo económico. Es, además, una investigación de campo pues busca relevar como es percibida esa información económica por el publico en general. Es un diseño experimental. La encuesta, de elaboración propia fue probándose y ajustándose con los años y ha permitido relevar la información buscada.

Período e instrumentos que se utilizarán para la recolección de la información

- a) El periodo de recolección de información abarcará los años 2000- 2012. El análisis se inicia casi paralelamente a la crisis del modelo de convertibilidad aplicado en la Argentina y finaliza en un período que muestra un crecimiento sostenido de la economía, aunque con algunos altibajos.
- b) Se realizará una encuesta para indagar como es percibida la información económica. esta constituida por preguntas cerradas pero incluye algunas abiertas. La encuesta se realiza en la Ciudad de Córdoba, en diferentes lugares del área central de la ciudad y en la zona universitaria.
  - La muestra de carácter probabilístico, aleatorio simple y a juicio del investigador, es anual y de un promedio de entre 450 a 1500 encuestas. Son los registros que se fueron tomando durante esos años ya pasados.
  - Los lugares seleccionados responden a espacios de circulación heterogéneos en su composición social. Seleccionados a juicio del investigador.
  - En el caso de la ciudad universitaria, también de composición social heterogénea (es una universidad pública y gratuita de mas de 100.000 alumnos/as), se buscó descubrir si hay diferentes percepciones respecto a la información económica por pertenecer a espacios académicos.

Sabemos que la encuesta social es un conjunto de técnicas destinadas a recoger, procesar y analizar informaciones que se dan en unidades o en personas de un colectivo

determinado. En este caso, es una encuesta descriptiva, pues tiene la finalidad principal de mostrar la distribución del fenómeno estudiado en una cierta población y/o en subconjunto de ella. Cada año de realización de la encuesta es como una “fotografía instantánea” del fenómeno de estudio. El método de la encuesta es estático: en una imagen en este momento, pero al tomar un período permite observar su evolución en el tiempo analizado.

Los encuestadores, tal como lo dije en la introducción fueron los alumnos/as de la cátedra economía y comunicación. La selección de los entrevistadores la hice a sabiendas de que no existe el entrevistado ideal, y con el convencimiento de que ellos poseían algunas características personales mínimas, tales como: honestidad, interés, personalidad, inteligencia y educación formal

En el análisis del material gráfico, el problema central para analizar los mismos consistió en establecer criterios para seleccionar los elementos que serán descritos y recoger la información pertinente para, efectuar su sistematización y presentación.

Es así que las categorías seleccionadas responden a criterios ya probados acerca de cómo debería presentarse la información económica en un diario generalista para sea comprendida y se confíe en su veracidad y objetividad. Por ello se analizarán, participación de la información económica en el total del diario, los géneros utilizados, el lenguaje utilizado, la formación de quienes firman, las fuentes y la agenda económica. En el caso de la agenda se incluye especialmente para la comparación con diarios locales con el objeto de describir la presencia o no de información económica local y teniendo en cuenta, tal como lo indican diversos estudios, que uno de los diarios locales es el más leído de todos los diarios en la Provincia de Córdoba.

El material gráfico a describir consistirá en dos periódicos locales y dos nacionales. Los periódicos nacionales seleccionados son: el Clarín y La Nación. El diario Clarín es un diario creado en 1945, es el de mayor tirada nacional y el más leído de todos los diarios nacionales tanto a nivel nacional como en la ciudad de Córdoba. El diario La Nación, es el 2º de lectura y tirada nacional. Ambos son diarios no especializados en economía, si bien ambos poseen suplementos económicos los domingos.

Los periódicos locales seleccionados son: La Voz del Interior y la Mañana de Córdoba. El diario la Voz del Interior es el de mayor tirada en la Ciudad y en la provincia y tiene más de 100 años de existencia. Es el más leído. La Mañana, es el 2º diario local que se lee. Si bien en proporciones muy alejadas del anterior. Ambos son

diarios no especializados en economía, si bien La Voz del Interior posee un suplemento económico los domingos, no así La Mañana de Córdoba.

La muestra, es una muestra aleatoria simple, de un mes de algunos años cada periódico del período analizado en. De cada uno se describirá:

- Participación de la información económica en el total de las noticias del diario
- Porcentaje de notas de análisis y opinión en el total de la información económica
- Categoría género
  - variable noticias informativas
  - variable notas de opinión y análisis
- Categoría fuentes
  - variable fuentes oficiales
  - variable fuentes privadas
- Categoría lenguaje.
  - variable presencia de vocabulario excesivamente técnico, presencia de neologismos, presencia de frases oscuras.
- Formación profesional de quienes escriben y firman
  - variable comunicadores / periodistas
  - especialistas / economistas

## **V. ESTUDIO DE CAMPO**

### **5.1. Encuestas acerca de la percepción de la Opinión Pública sobre la Información Económica en los medios masivos de la Ciudad de Córdoba. Resultados Años 1999 a 2012.**

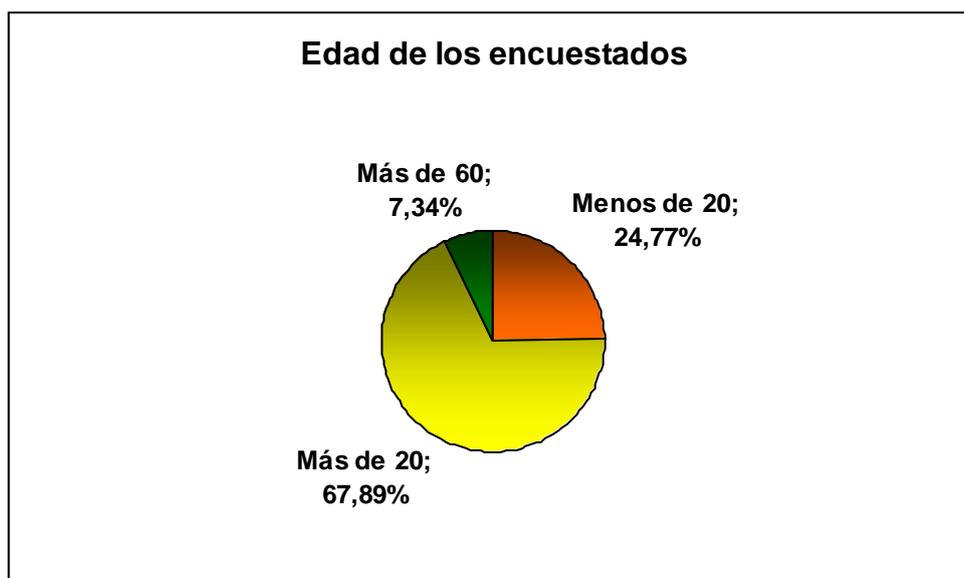
## PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL PROCESAMIENTO TOTAL DEL AÑO 1999.

Zonas relevadas: casos relevados en el año 1999

### Edad de los encuestados:

Edad de los encuestados	Total año 1999
Menos de 20	24,77%
<b>Más de 20</b>	<b>67,89%</b>
Más de 60	7,34%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.



Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.

### Sexo de los encuestados:

Sexo de los encuestados	Total año 1999
<b>Femenino</b>	<b>58,72%</b>
Masculino	41,28%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.



Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.

**Ocupación de los encuestados:**

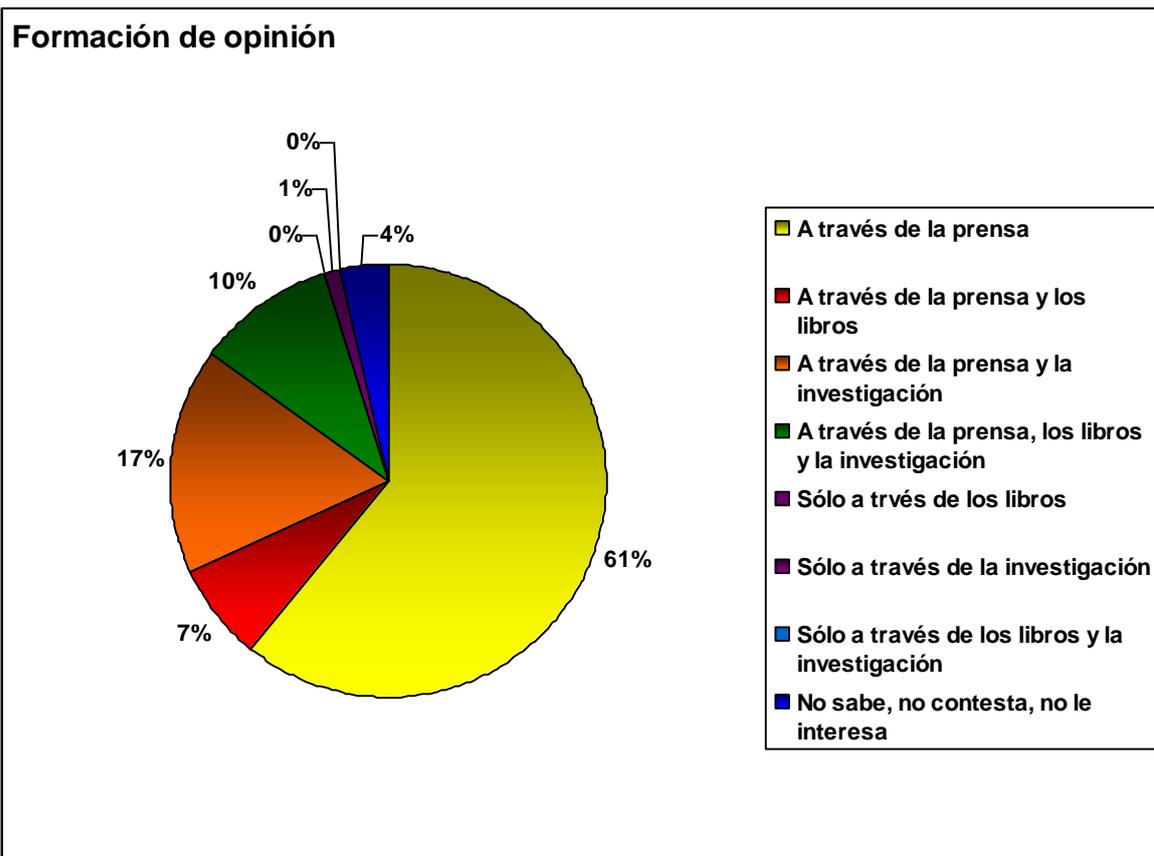
Ocupación de los encuestados	Total año 1999
Ama de casa	10,96%
Autónomos	0,68%
Comerciante	3,42%
Desocupados	0,00%
Docente	6,16%
Empleado	18,49%
Empresario	2,74%
<b>Estudiante</b>	<b>41,78%</b>
Jubilado y pensionados	2,74%
Profesionales	8,90%
Otras	4,11%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.

**1. ¿Cómo forma su opinión sobre el tema del desempleo?**

Formación de opinión	Total año 1999
<b>A través de la prensa</b>	<b>60,84%</b>
A través de la prensa y los libros	7,23%
A través de la prensa y la investigación	16,87%
A través de la prensa, los libros y la investigación	10,24%
Sólo a través de los libros	0,00%
Sólo a través de la investigación	1,21%
Sólo a través de los libros y la investigación	0,00%
No sabe, no contesta, no le interesa	3,61%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.



Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.

## 2. ¿Con que medio de comunicación masiva se informa usted?

Medios	Total año 1999
Televisión	38,19%
Radio	27,83%
Diarios	25,57%
Revistas	8,09%
Otros	0,32%
Total de personas	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.



Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.

Otros medios	Total año 1999
Internet	50,00%
Libros	50,00%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.

### 3. Especifique su respuesta anterior

Especificación Televisión	Total año 1999
A decir verdad	0,55%
América	1,10%
ATC	1,10%
Canal 12	1,10%
Canal 13	0,55%
CBC	0,55%
<b>Crónica 10</b>	<b>20,44%</b>
CNN	1,66%
Crónica Tv	5,52%
Día D	1,10%
Hora Clave	2,76%
Mariano Grondona	1,10%
<b>Noticieros</b>	<b>23,20%</b>
Noticiero 12	2,76%
Noticiero de Santos	6,63%
Programas periodísticos	0,55%
Telefé	3,87%
Telenoche	7,18%
Teleocho	15,47%
TN	2,76%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.

Radio	Total año 1999
<b>100,5</b>	<b>18,81%</b>
102	0,99%
104	0,99%
Animate	0,99%
cadena 100	0,99%
Del Plata	0,99%
El exprimidor	1,98%
FM	0,99%
LV2	5,94%
<b>LV3</b>	<b>45,54%</b>
María	0,99%
María Ruíz Guiñazú	0,99%
Milenium	0,99%
Mitre	1,98%
Nacionales	4,95%
Opinión de la gente	0,99%
René Bacco	0,99%
SRT	2,97%
Suquia	1,98%
Universidad	4,95%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.

Especificación Diarios	Total año 1999
Ámbito Financiero	5,50%
Ancoste	0,92%
Clarín	15,60%
El Ancastrí	2,75%
Hoy día Córdoba	3,67%
La mañana de Córdoba	3,67%
La Nación	8,26%
La Unión	1,83%
<b>La Voz</b>	<b>55,05%</b>
Locales	1,83%
Notas	0,92%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.

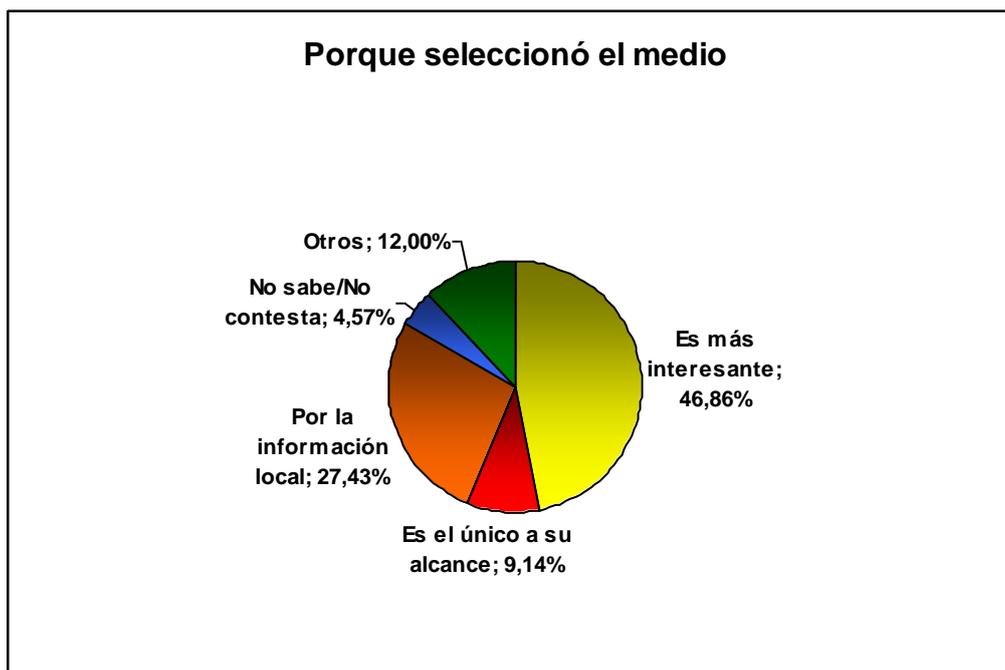
Especificación Revistas Especializadas	Total año 1999
Costos	3,70%
Gente	3,70%
Mercado	3,70%
<b>Noticias</b>	<b>33,33%</b>
Nueva	18,52%
Personas	3,70%
Semanario	3,70%
<b>Siglo XXI</b>	<b>22,22%</b>
Veintidós	3,70%
Viviendas	3,70%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.

#### 4. ¿Por qué lo ha seleccionado?

Porque lo seleccionó	Total año 1999
<b>Es más interesante</b>	<b>46,86%</b>
Es el único a su alcance	9,14%
Por la información local	27,43%
No sabe/No contesta	4,57%
Otros	12,00%
Total	100,00%

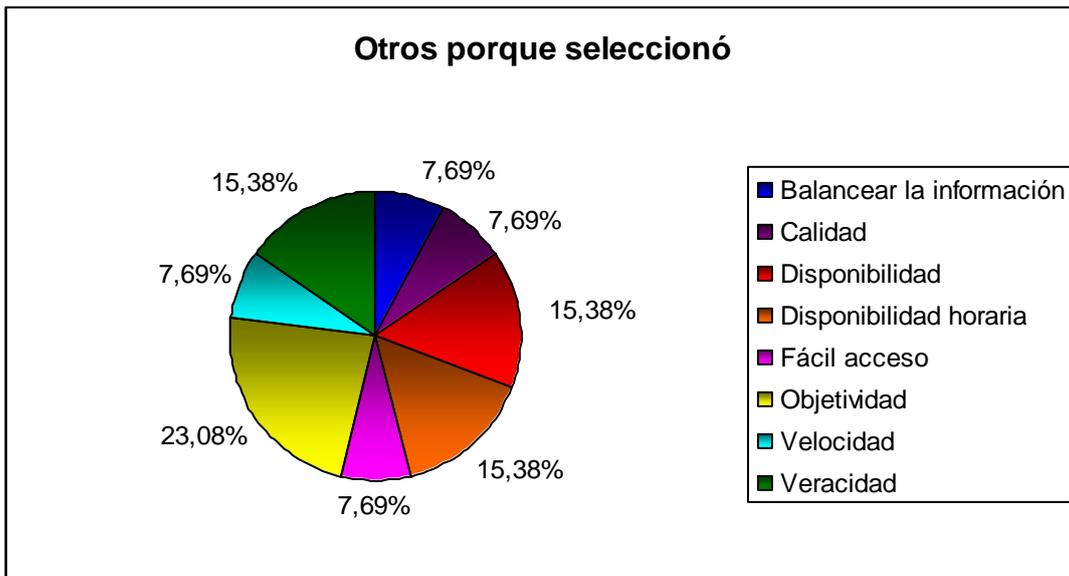
Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.



Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.

Otros porque	Total año 1999
Balancear la información	7,69%
Calidad	7,69%
Disponibilidad	15,38%
Disponibilidad horaria	15,38%
Fácil acceso	7,69%
<b>Objetividad</b>	<b>23,08%</b>
Velocidad	7,69%
Veracidad	15,38%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.



Ciudad de Córdoba - Año 1999.

### 5. ¿Sigue a un comunicador social en particular?

Seguimiento a comunicador social	Total año 1999
Sí sigue	45,77%
<b>No sigue</b>	<b>54,23%</b>
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.



Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.

<b>Comunicador Social</b>	<b>Total año 1999</b>
Cebatoni	1,32%
Daniele	3,95%
Fabiana Del Prá	1,32%
Gabriela	1,32%
Guillermo Andino	1,32%
Jorge Cuadrado	5,26%
Jorge Jacobson	1,32%
Jorge Lanata	5,26%
Lalo Freyre	5,26%
<b>Mariano Grondona</b>	<b>17,11%</b>
Mario Pereyra	7,89%
Mascietti	1,32%
<b>Miguel Clariá</b>	<b>31,58%</b>
Nancy Pasos	1,32%
René Bacco	2,63%
Roni Vargas	1,32%
Santos Biasatti	9,21%
Tognetti	1,32%
Total	100,00%

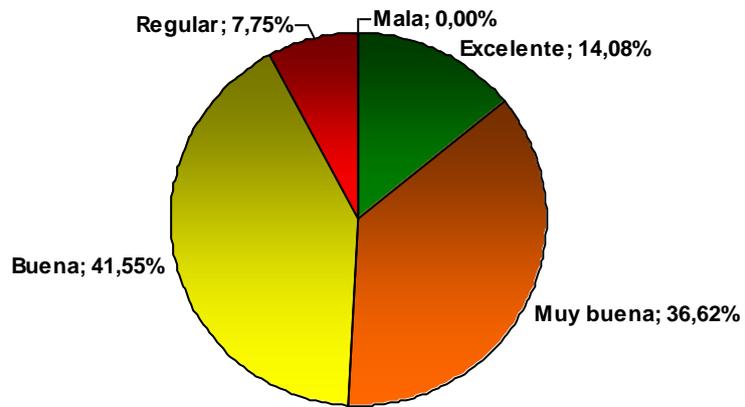
Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.

#### 6. ¿Cómo clasifica las fuentes sobre el tema?

<b>Clasificación de las fuentes</b>	<b>Total año 1999</b>
Excelente	14,08%
Muy buena	36,62%
<b>Buena</b>	<b>41,55%</b>
Regular	7,75%
Mala	0,00%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.

### Clasificación de la fuente sobre el tema



Fuente: Ciudad de Córdoba - Año 1999.

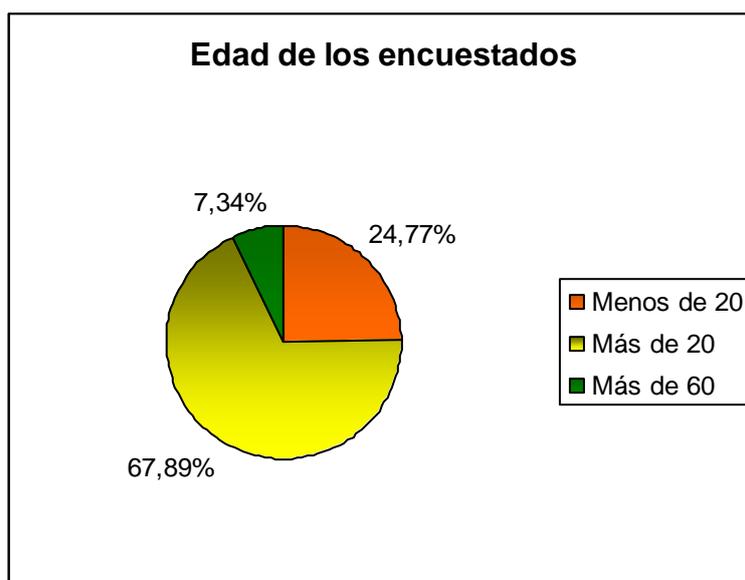
## PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL PROCESAMIENTO TOTAL DEL AÑO 2000

Zonas relevadas: mes de Noviembre del año 2000.

Edad de los encuestados:

Edad	Año 2000
Menos de 20	24,77%
Más de 20	67,89%
Más de 60	7,34%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

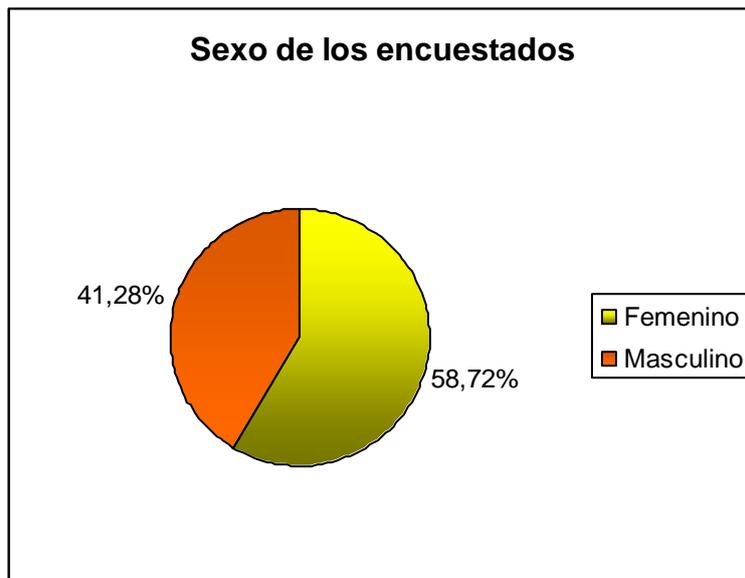


Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

Sexo de los encuestados:

SEXO	Año 2000
Femenino	58,72%
Masculino	41,28%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.



Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

Ocupación de los encuestados:

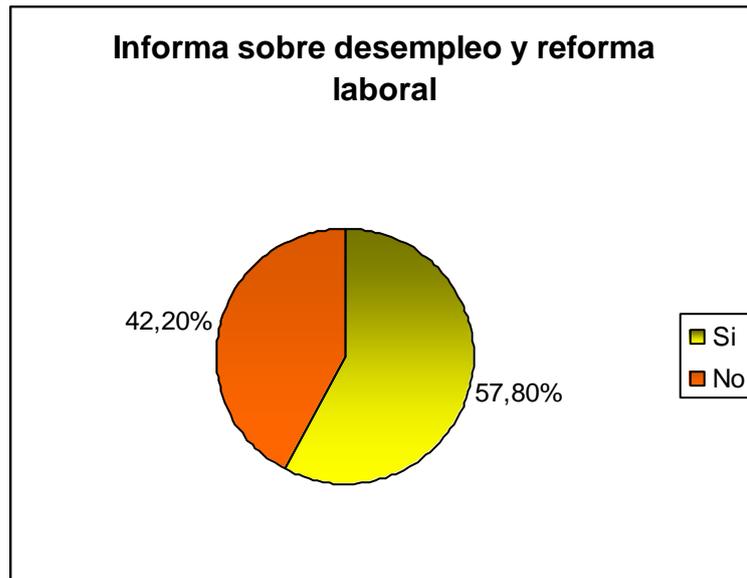
OCUPACIÓN	Año 2000
Estudiante	35
Empleados	19
Desocupado	10
Autónomos	9
Docentes	8
Jubilados	5
Profesionales varios	5
Periodistas	3
Otras	15
Total	109

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

**2. ¿Se informa frecuentemente acerca del desempleo y de la reforma laboral?**

Se informa del desempleo y de la reforma laboral	Año 2000
Si	57,80%
No	42,20%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

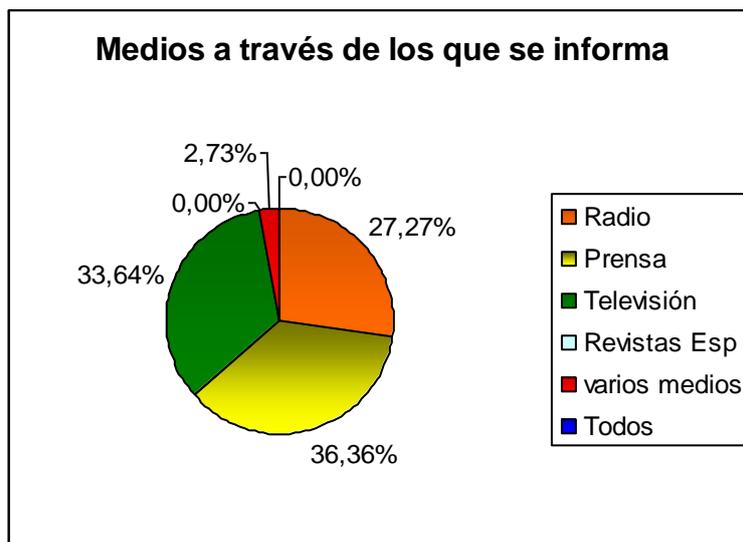


Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

## 2. ¿A través de qué medios lo hace?

Medios a través de los que se informa	Año 2000
Radio	27,27%
Prensa	36,36%
Televisión	33,64%
Revistas Esp	0,00%
Varios medios	2,73%
Todos	0,00%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

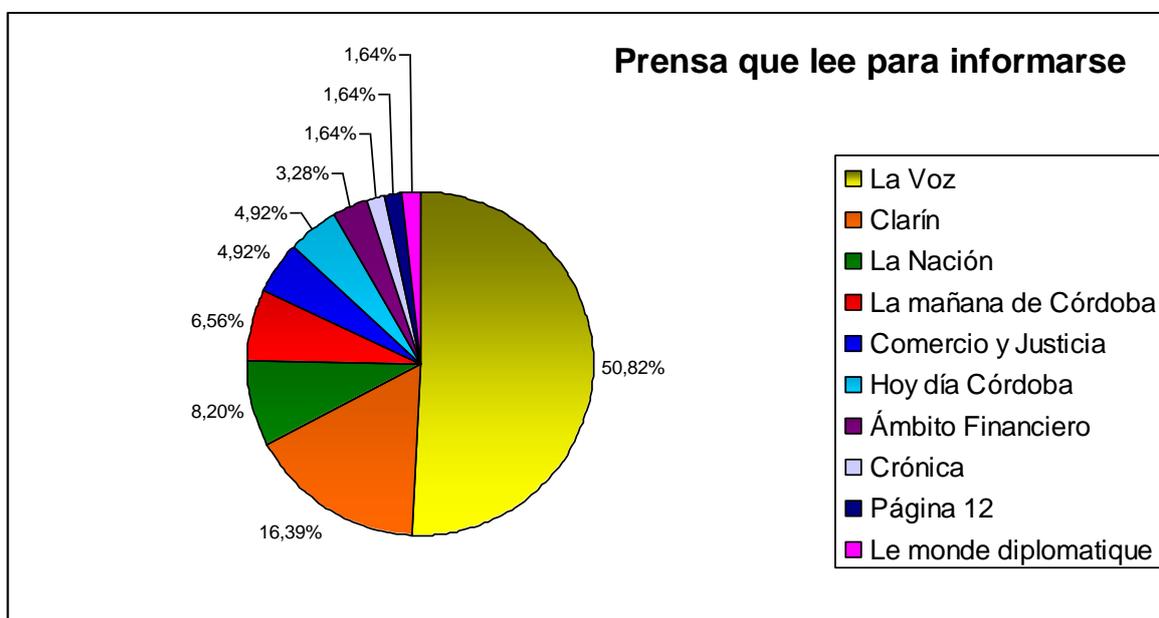


Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

**3. Prensa que lee principalmente para informarse sobre desempleo y reforma laboral?**

Prensa	Año 2000
La Voz	50,82%
Clarín	16,39%
La Nación	8,20%
La mañana de Córdoba	6,56%
Comercio y Justicia	4,92%
Hoy día Córdoba	4,92%
Ámbito Financiero	3,28%
Crónica	1,64%
Página 12	1,64%
Le monde diplomatique	1,64%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.



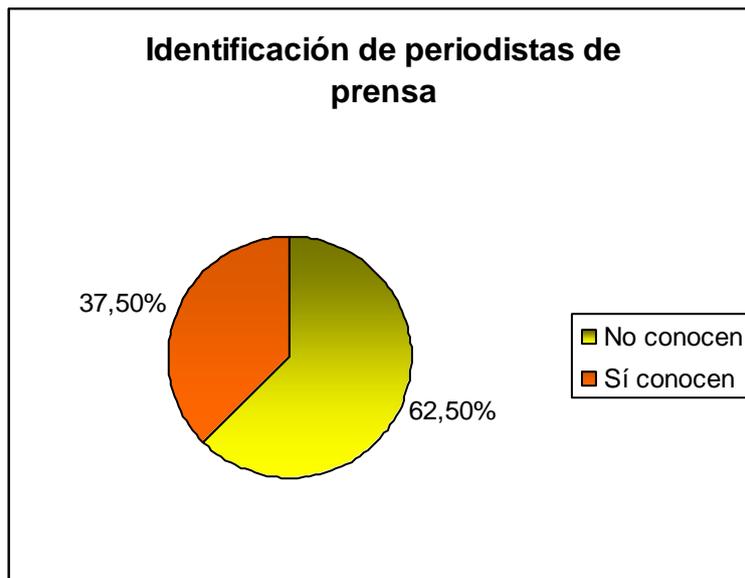
Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

**3.1. De esa prensa identifique a algún columnista que firme los artículos económicos.**

**Mencione su nombre o la columna que acostumbre escribir:**

Identificación de periodistas	Año 2000
No conocen	62,50%
Sí conocen	37,50%
Total de personas	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.



Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

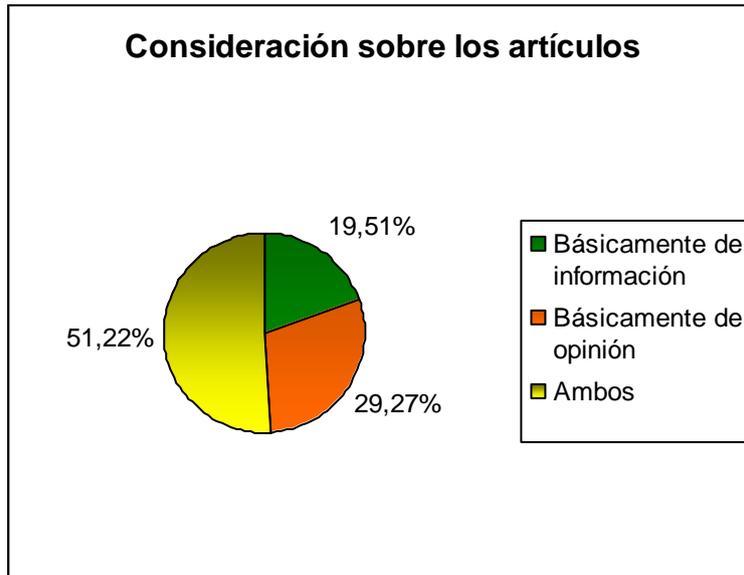
Periodistas identificados
Bonelu
Carlos Ávalos
Cavallo
Fartini
Grondona
Julio Cesar Moreno
Lacolla
María Gonzalez
Miguel Clarié
Morales Solá
Moreno
Ortíz
Ratner
Roxana Ocoto
Aleman
Julio Braco
Majul
Ricalde
Turello

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

### ¿Cómo considera que son los artículos que escribe?

Consideración de los artículos que escribe	Año 2000
Básicamente de información	19,51%
Básicamente de opinión	29,27%
Ambos	51,22%
Total de personas	<b>100,00%</b>

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.



Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

### **3.2. ¿Le parece suficiente para conocer sobre esos temas?**

Suficiencia	Año 2000
Sí	48,78%
No	51,22%
Total de personas	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.



Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

## Porque no

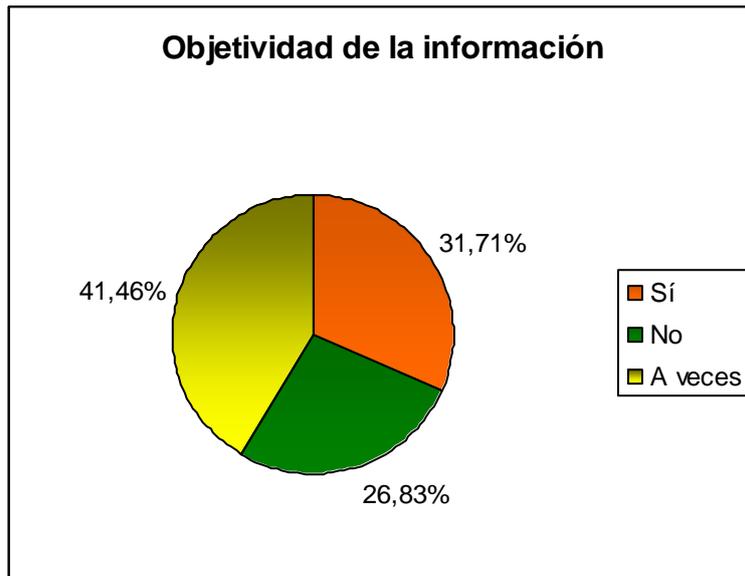
Cruza datos  
Hace evaluaciones de los artículos  
No dan información sobre la realidad  
Información a nivel general  
Hay diversidad e incoherencia  
Porque no son objetivos  
Son incompletos  
Falta más difusión, el gobierno muestra lo necesario  
Nunca es suficiente  
Dan solo una parte  
Dan lo que quieren los que la comunican  
Es muy subjetiva  
Las estadísticas son muy finas  
Quedan dudas  
Muy sintética  
Son parciales  
Las respuestas no satisfacen  
Denso  
Muestran lo que para ellos es más importante  
No dice la verdad

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

## ¿Considera que la información es objetiva?

Objetividad de la información en la prensa	Año 2000
Sí	31,71%
No	26,83%
A veces	41,46%
Total de personas	<b>100,00%</b>

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

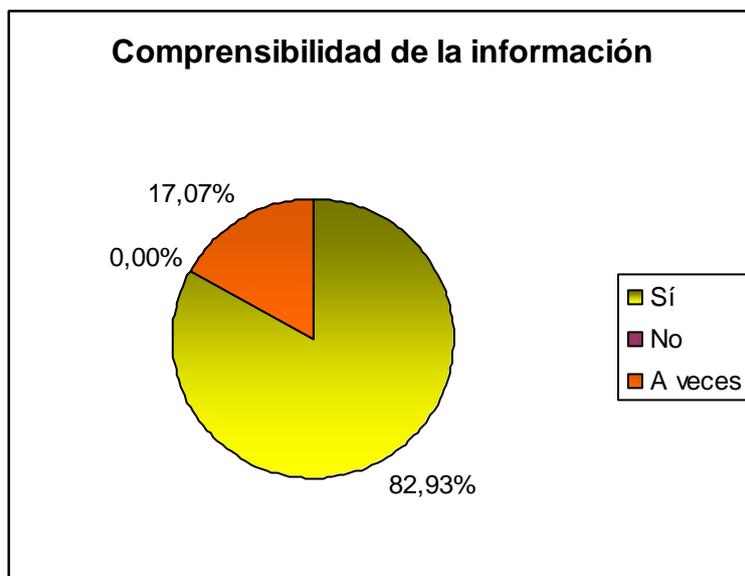


Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

### 3.3. ¿Considera qué la información es comprensible?

Comprensibilidad con respecto a la información de prensa	Año 2000
Sí	82,93%
No	0,00%
A veces	17,07%
Total	<b>100,00%</b>

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

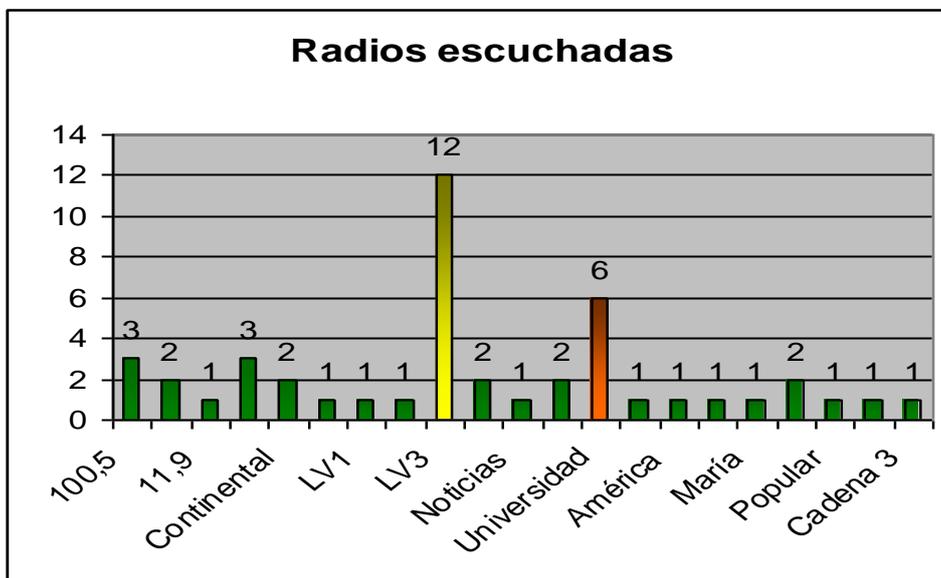


Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

4. ¿Qué radio escucha principalmente para informarse sobre esos temas?

Radio	Año 2000
100,5	6,5%
106,9	4,3%
11,9	2,2%
96,1	6,5%
Continental	4,3%
Laser	2,2%
LV1	2,2%
LV2	2,2%
LV3	26,1%
Nacional	4,3%
Noticias	2,2%
Suquía	4,3%
Universidad	13,0%
Rivadavia	2,2%
América	2,2%
Juntos	2,2%
María	2,2%
Mitre	4,3%
Popular	2,2%
Shoping	2,2%
Cadena 3	2,2%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.



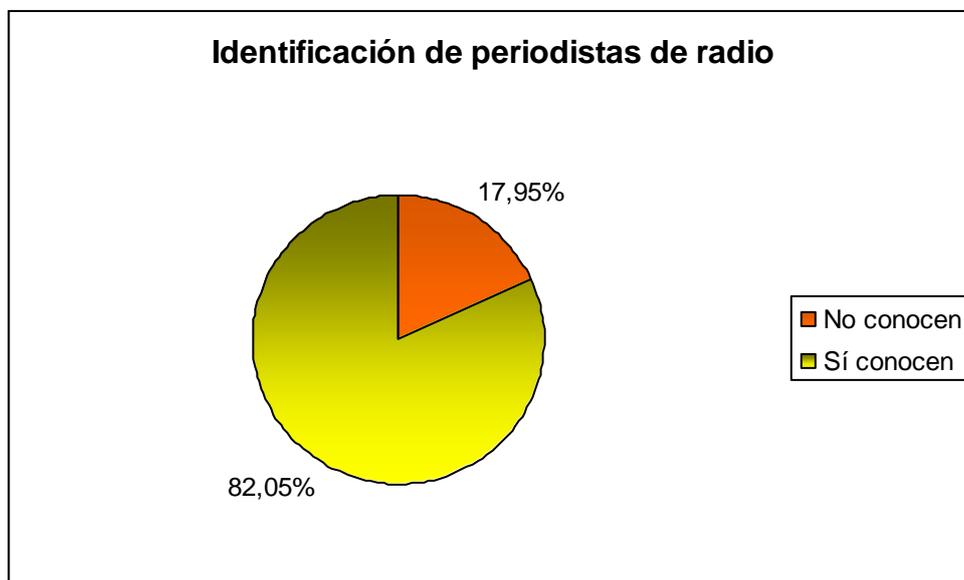
Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

**De esa radio, identifique al periodista que habla sobre economía.**

**4.1. Mencione su nombre o el programa donde trabaja:**

Identificación de periodistas de radio	Año 2000
No conocen	17,95%
Sí conocen	82,05%
Total de personas	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.



Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

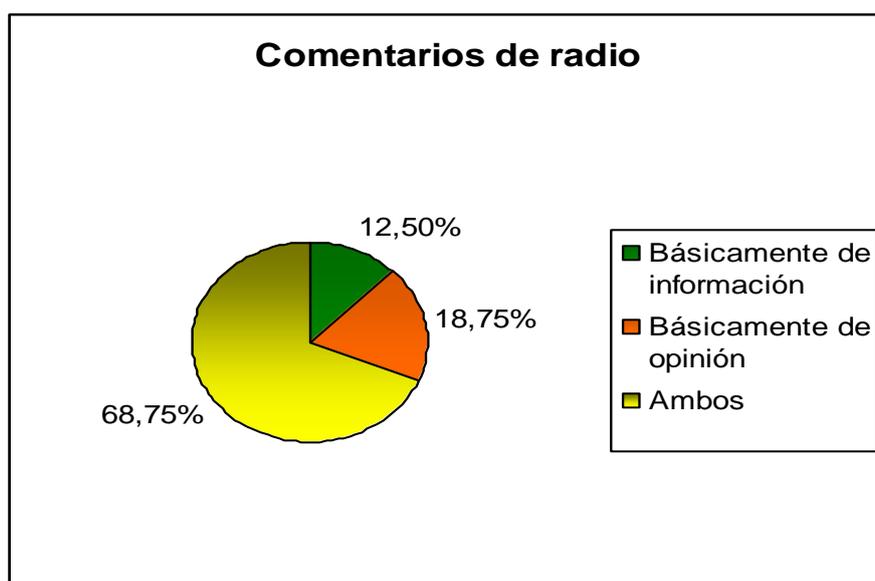
Periodistas de radio identificados
Miguel Clariá
Castaño
Mario Pereyra
Magdalena Ruiz Guiñazú
Baco
Lagarto
Enrique Awasch
Freile
Jangli
Martinez
Moreli
Moreno
Rebeca Bortoleto
RH+

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

### ¿Cómo considera que son los comentarios que realiza?

Comentarios	Año 2000
Básicamente de información	12,50%
Básicamente de opinión	18,75%
Ambos	68,75%
Total de personas	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

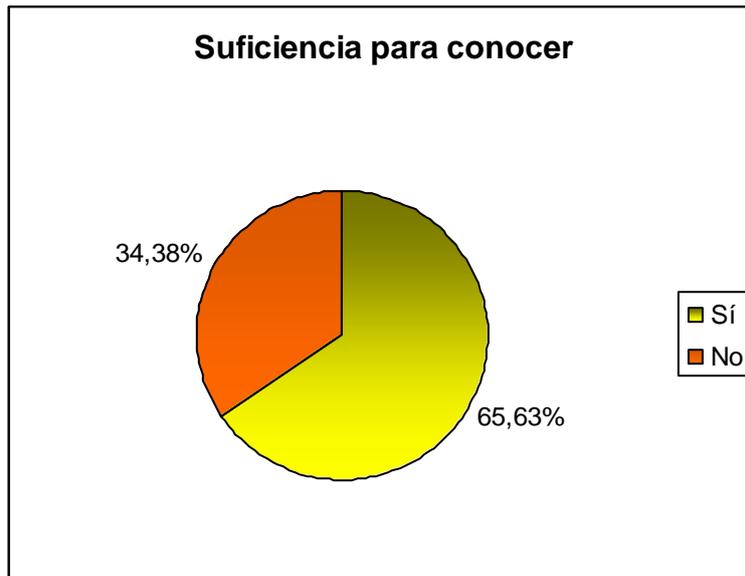


Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

### 4.2. ¿Le parece suficiente para conocer estos temas?

Suficiencia para conocer	Año 2000
Sí	65,63%
No	34,38%
Total de personas	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.



Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

### Porque no

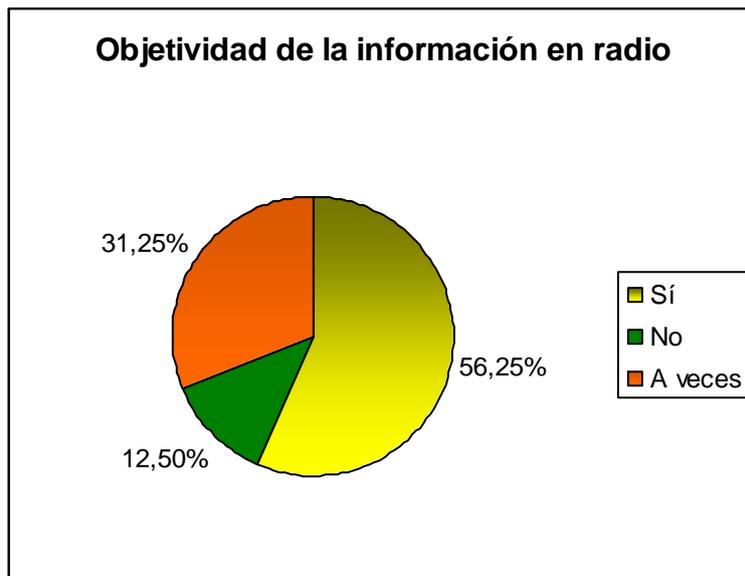
- El tema es muy complejo
- Por miedo
- No dicen todo
- Evalúa
- No le interesa
- Hay muchos que las cubren
- Falta más difusión, el gobierno muestra lo necesario

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

### ¿Considera que la información es objetiva?

Objetividad de la información en radio	Año 2000
Sí	56,25%
No	12,50%
A veces	31,25%
Total de personas	<b>100,00%</b>

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

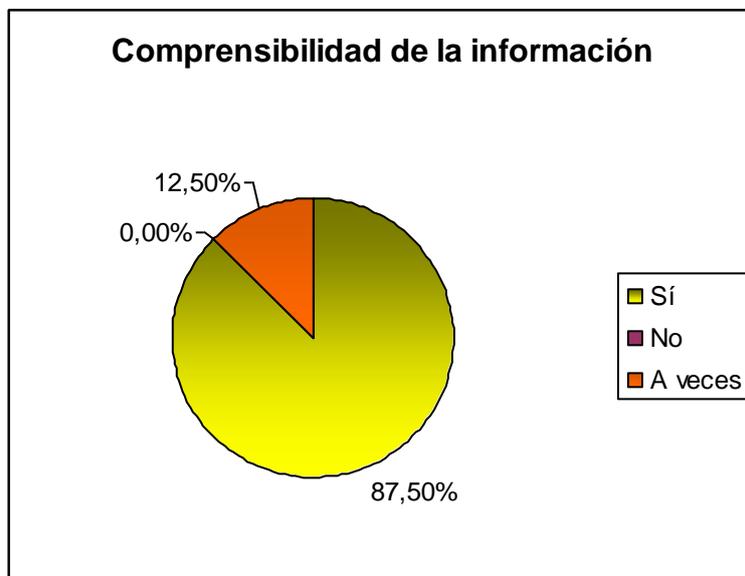


Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

#### **4.3. ¿La información es comprensible? ¿Usted la entiende?**

Comprensibilidad con respecto a la información de radio	Año 2000
Sí	87,50%
No	0,00%
A veces	12,50%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.



Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

#### **5. ¿Qué programas de televisión o qué periodista televisivo es su principal fuente de información sobre estos temas económicos?**

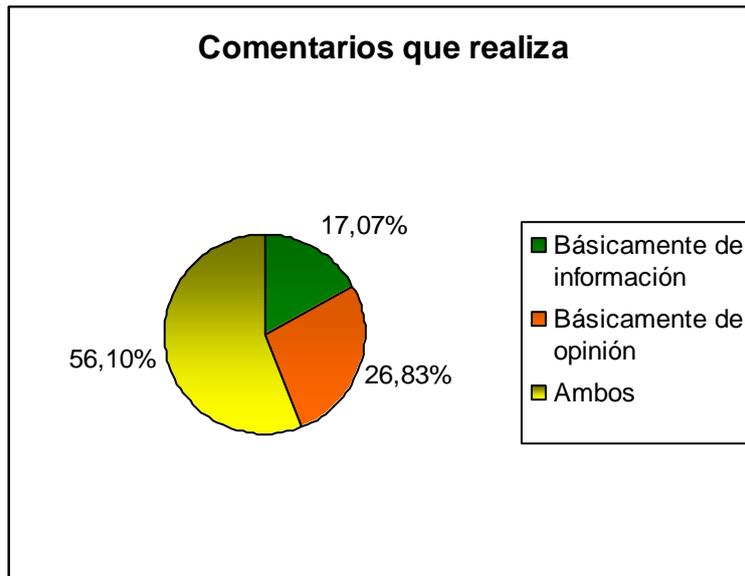
Programa de televisión	Total
Hora Clave	6
Crónica 10	4
Telecho	4
TV10	4
A dos voces	3
Cuadrado	3
Noticiero 12	3
Canal 12	2
Crónica	2
Lanata	2
Noticias	2
Telenoche	2
TN	2
A decir verdad	1
Canal 10	1
CVN	1
Grondona	1
Al pan pan	1
Canal 13	1
Propuestas	1
Protagonistas	1
Santos	1
Telefe	1
Martinez	1
Total	50

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

**¿Cómo considera que son los comentarios que realiza?**

Comentarios	Año 2000
Básicamente de información	17,07%
Básicamente de opinión	26,83%
Ambos	56,10%
Total de personas	<b>100,00%</b>

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

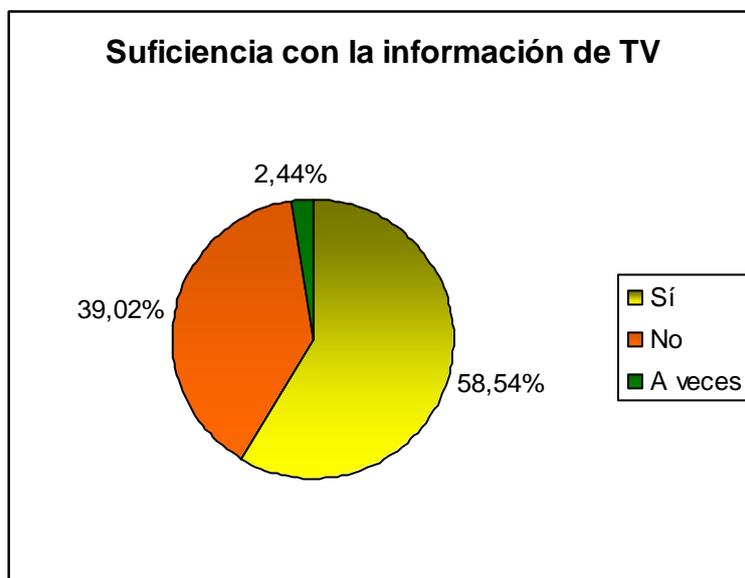


Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

### 5.1. ¿Le parece suficiente para conocer sobre estos temas?

Suficiencia	Año 2000
Sí	58,54%
No	39,02%
A veces	2,44%
Total de personas	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.



Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

#### Porque no

Por el programa

esconden información

No dan toda la información

Porque no leo

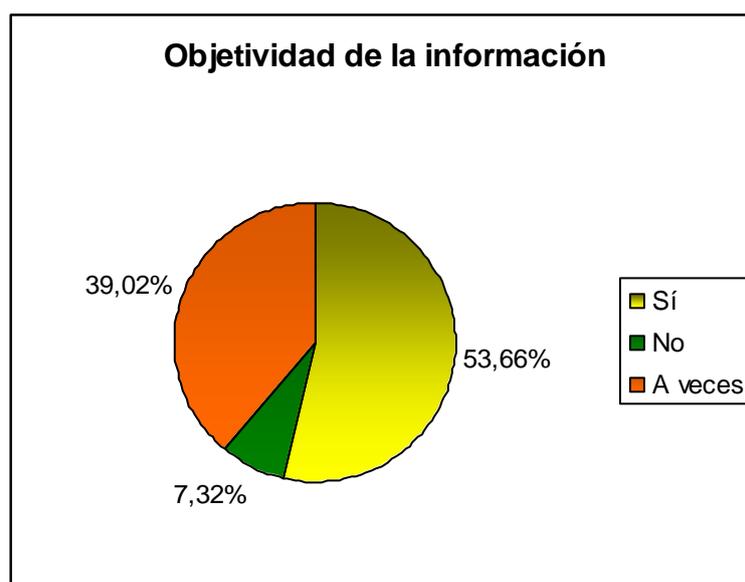
Dice lo que él opina  
 Sólo emiten opiniones  
 Para poder sacar opiniones propias  
 Evalúa  
 Se puede ampliar más  
 Hay cosas que deberían profundizarse más  
 Porque no son objetivos

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

**¿Considera que la información es objetiva?**

Objetividad de la información en la TV	Año 2000
Sí	53,66%
No	7,32%
A veces	39,02%
Total de personas	<b>100,00%</b>

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

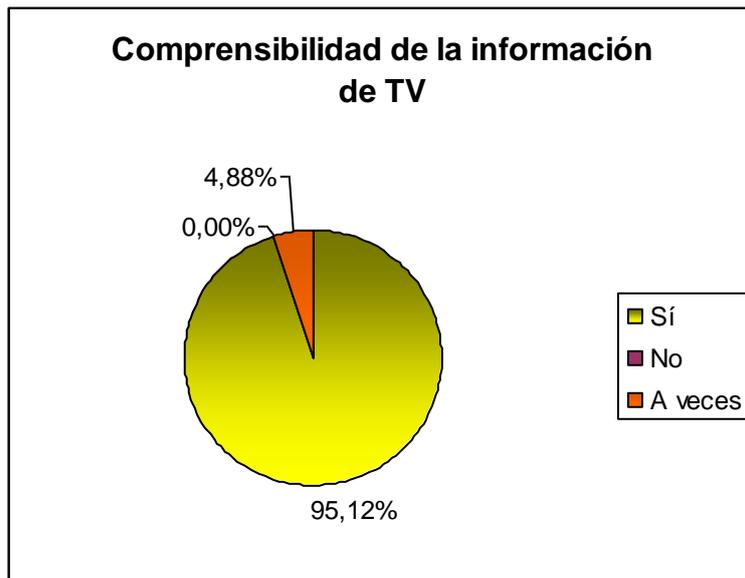


Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

**5.2. ¿La información es comprensible? ¿Usted la entiende?**

Comprensibilidad con respecto a la información de TV	Año 2000
Sí	95,12%
No	0,00%
A veces	4,88%
Total	<b>100,00%</b>

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.



Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

**6. ¿Qué revista especializada lee principalmente para informarse sobre estos temas?**

Revistas especializadas	Cantidad
3 puntos	1
Noticias	2
Punto a punto	1
La noticia	1
Total	5

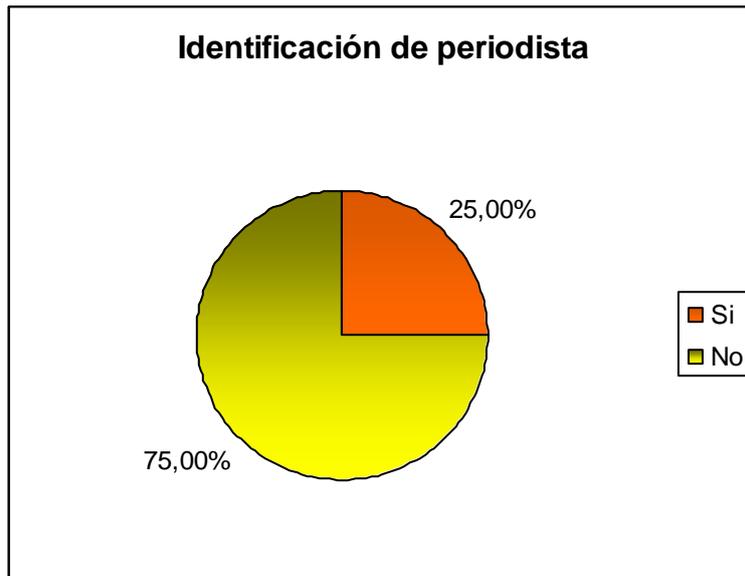
Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

**De esa revista, identifica a algún columnista que firme los artículos económicos?**

**6.1. Mencione su nombre o la columna que acostumbra escribir**

Identificación de periodista de rev. esp.	Año 2000
Si	25,00%
No	75,00%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.



Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

### Periodistas Identificados de rev. esp.

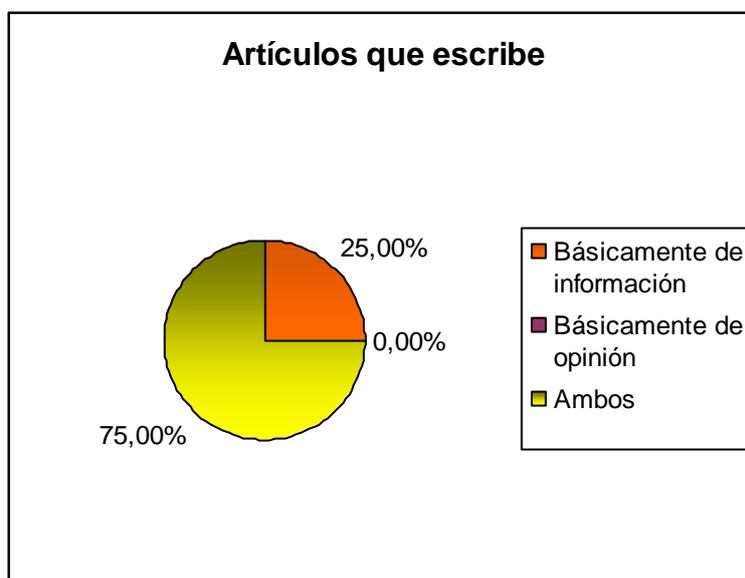
Jorge Lanata

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

### ¿Cómo considera que son los artículos que escribe?

Artículos que escribe en rev. esp.	Año 2000
Básicamente de información	25,00%
Básicamente de opinión	0,00%
Ambos	75,00%
Total de personas	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

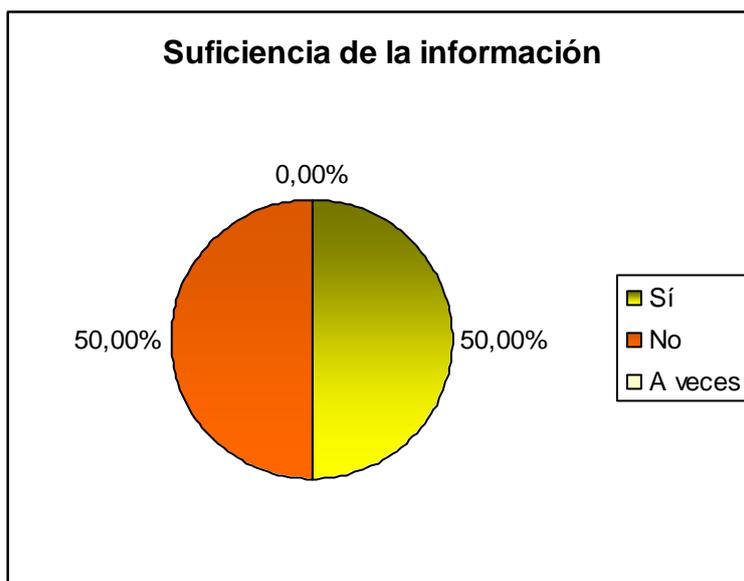


Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

## 6.2. ¿Le parece suficiente para conocer sobre estos temas?

Suficiencia de la información en rev.esp.	Año 2000
Sí	50,00%
No	50,00%
A veces	0,00%
Total de personas	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.



Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

### **Porque no**

falta más difusión, el gobierno muestra lo necesario

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

## ¿Considera que la información es objetiva?

Objetividad de la información	Año 2000
Sí	100,00%
No	0,00%
A veces	0,00%
Total de personas	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.



Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

### 6.3. ¿La información es comprensible? ¿Usted la entiende?

Comprensibilidad con respecto a la información de rev.esp.	Año 2000
Sí	100,00%
No	0,00%
A veces	0,00%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.



Fuente: Ciudad de Córdoba-Noviembre 2000.

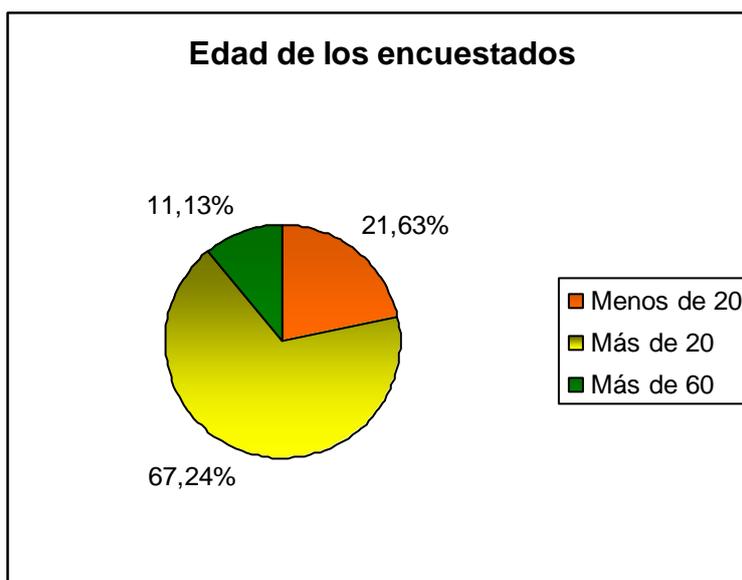
## PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL PROCESAMIENTO TOTAL DEL AÑO 2001

Zonas relevadas: casos relevados en el mes de Noviembre del año 2001 en la Ciudad de Córdoba.

### Edad de los encuestados:

Edad	Año 2001
Menos de 20	21,63%
Más de 20	67,24%
Más de 60	11,13%
Total	100,00%

Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

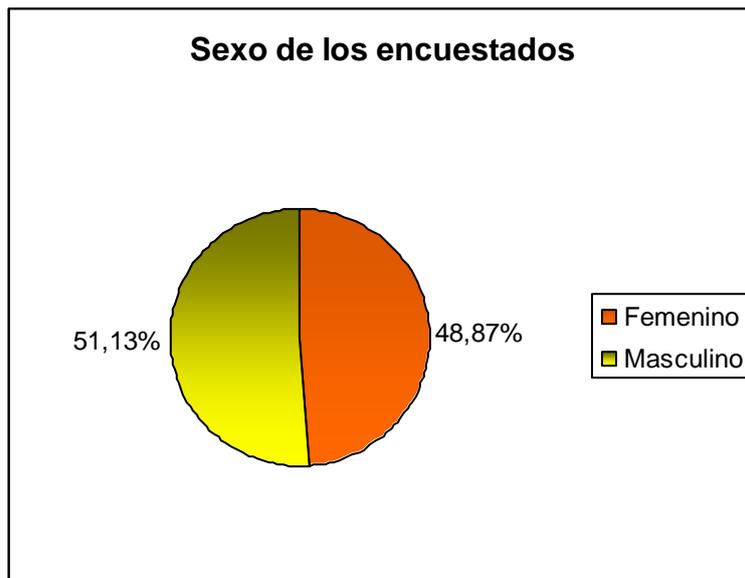


Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

### Sexo de los encuestados:

Sexo de los encuestados	Año 2001
Femenino	48.87%
Masculino	51.13%
Total	100,00%

Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

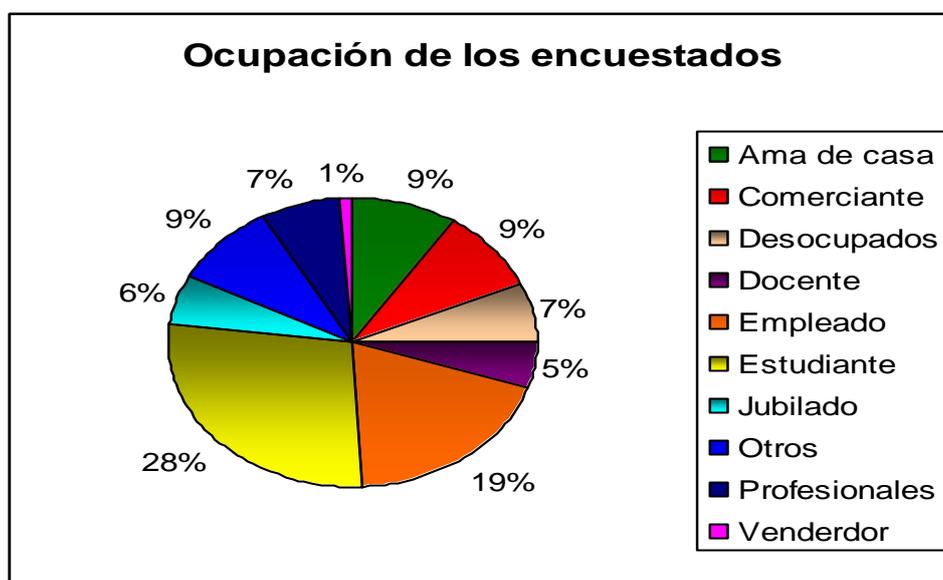


Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

### Ocupación de los encuestados:

Ocupación de los encuestados	Año 2001
Ama de casa	9,11%
Comerciante	9,14%
Desocupados	6,68%
Docente	4,95%
Empleado	19,16%
Estudiante	27,93%
Jubilado	5,58%
Otros	9,45%
Profesionales	6,79%
Vendedor	1,21%
Total	100,00%

Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

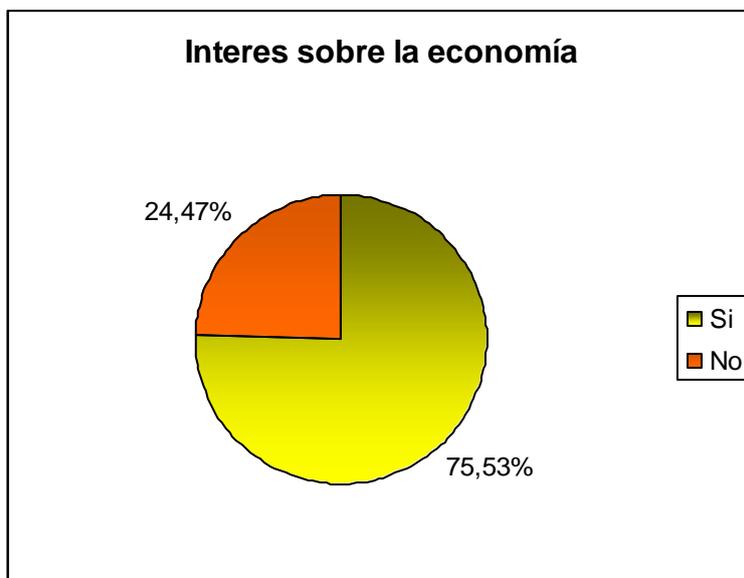


Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

## ¿Se informa por informarse acerca de economía, en particular del desempleo?

Se interesa	Año 2001
Si	75,53%
No	24,47%
Total	100,00%

Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

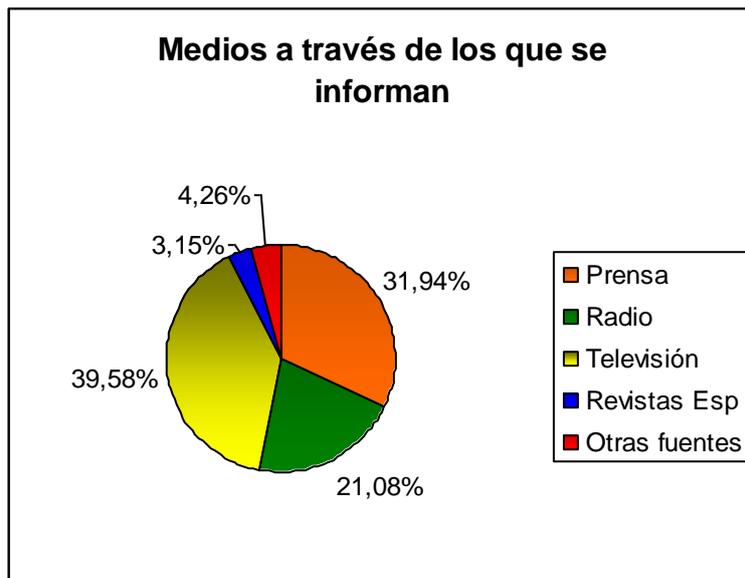


Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

## 2. ¿A través de qué medio se informa sobre la economía y en particular sobre el desempleo?

Medios	Año 2001
Prensa	31,94%
Radio	21,08%
Televisión	39,58%
Rev. Esp.	3,15%
Otras fuentes	4,26%
Total de personas	100,00%

Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.



Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

### **3. En caso de informarse a través de la prensa, ¿Qué diario lee habitualmente?**

Prensa que lee habitualmente para informarse
Ámbito Financiero
Bamba
Clarín
Comercio y Justicia
Diario de Bolsillo
Diario de Carlos Paz
Diario local
Hoy día Córdoba
Infobae
La mañana de Córdoba
La Nación
La Voz
Le Monde Diplomatique
Siglo XXI
Página 12

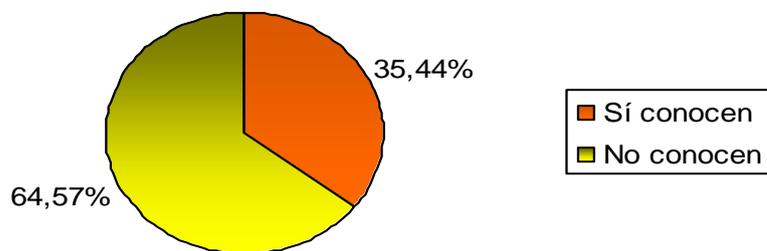
Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

### **4. ¿Puede identificar a quienes escriben sobre economía y en particular sobre desempleo?**

Identificación periodistas prensa	Año 2001
Sí identifica	35,44%
No identifica	64,57%
Total	100,00%

Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

### Identificación de periodistas de prensa



Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

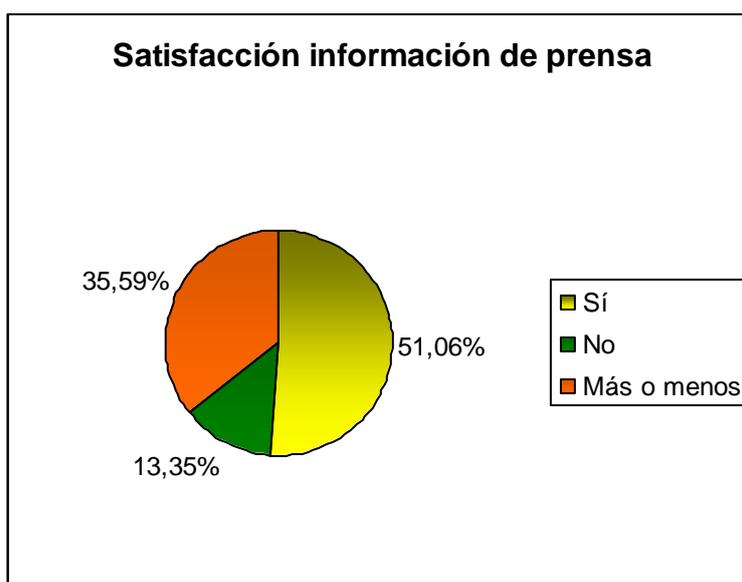
Periodistas identificados en el año 2001
Alejandro Carrizo
Avalos
Bermudez
Bonelli
Carlos Ferrer
Carreras
Claudio Fantini
Daniel Mchnik
El negro Gomez
Ermida Aleman
Esper
Fernando Hrakowiach
Gabriel Esbry
Jorge Lanata
Juan Turello
Julio Rodriguez
Laura Gonzalez
Luis Quempa
Luis Remonda
Mariano Grondona
Oswaldo Granados
Paula Martinez
Roberto Bataglino
Roxana Acotto
Salzano
Sergio Canareli
Silvia Montoya
Walter Giannoni

Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

**5. ¿Está satisfecho con la información que recibe sobre economía y particular sobre desempleo?**

Satisfacción prensa	Año 2001
Sí	51,06%
No	13,35%
Más o menos	35,59%
Total de personas	100,00%

Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.



Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

**6. En caso de informarse a través de la radio ¿Qué programas escucha habitualmente para informarse sobre economía?**

Radios que escuchan en el año 2001
05:50
100,5
A decir verdad
Am 580
Amaneciendo
Buen día rebecca
Cadena 100
Cadena 3
Centro.com
Continental
De Clariá
El duende de la tarde
El lagarto
Fm 88,7
Fm Cielo
Fm Hit

Informe 3
Juan País
Juntos
La Popular
La Roca
Lagarto Show
LV 2
LV1
LV3
Magdalena tempranísimo
María
Mitre
Nacional
Noticieros
Popular
Power
Programa de Mario Pereyra
Protagonistas
Rock and Pop
Shopping
Suquía
Universidad
Varias

Viva la radio

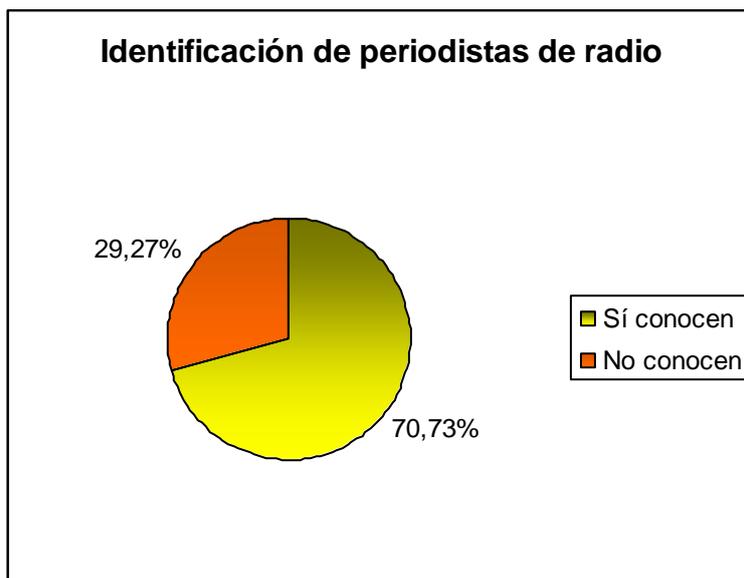
Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

**7. ¿Puede identificar a los periodistas que escucha hablar sobre economía?**

Identificación de periodistas de radio	Año 2001
Sí conocen	70,73%
No conocen	29,27%
Total de personas	100,00%

Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

0



Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

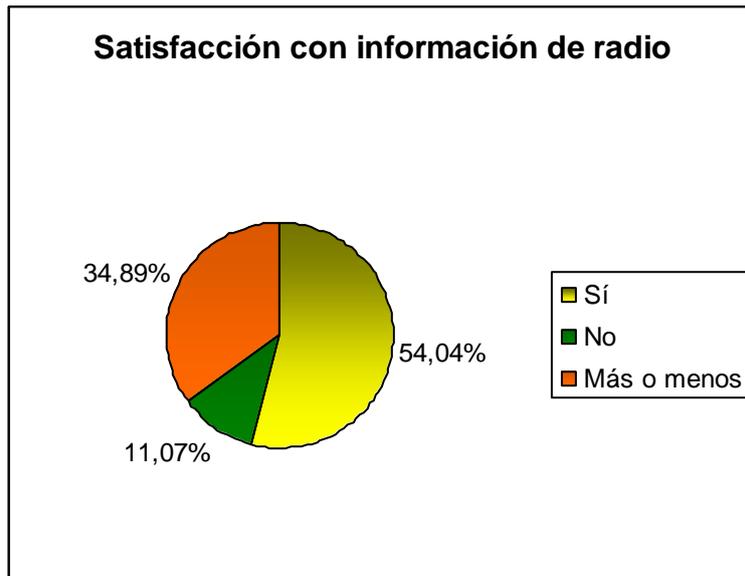
<b>Periodistas de radio identificados en el año 2001</b>
Aldo Guizzardí
Amostachegui
Andy Cutnezot
Arturo Miguel Heredia
Bartoleto
Carnota
Claudio Fantini
Edgar Moreno
Eduardo Bonelli
Evangelisti
Fonseca
Gabriela Tessio
Jorge Cuadrado
Jorge Martínez
José Ravali
Luis Rineasu
Luis Velozqui
Luis Yuñez
Magdalena Ruiz Guinazú
Mario Fantini
Mario Pereyra
Mario Pergolini
Mario Pereyra
Miguel Clariá
Néstor Ibarra
Olga Rista
Orlando Morales
Osvaldo Granados
Jorge Petete Martínez
Rebeca Bortoleto
Rony Vargas
Rossi
Rubén Clariá
Sergio Zuliani
Tessio

Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

### 8. ¿Está satisfecho con la información que recibe?

<b>Satisfacción radio</b>	<b>Año 2001</b>
Sí	54,04%
No	11,07%
Más o menos	34,89%
Total de personas	100,00%

Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.



Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

**9. En caso de informarse a través de la Televisión ¿Qué programas ve de economía?**

Programas de Tv año 2001
A decir verdad
A dos voces
Agro-verdad
América Noticias
Canal 10
Canal 13
Canal 2
Canal 45
Canal 8
Canal 9
CNN
CNN en español
Con otro enfoque
Crónica
Crónica 10
CUN
Detrás de las noticias
Día D
El noticiero de Santos
En dos palabras
En síntesis
Hora Clave
Informativos
Informe de Granado
La Cornisa
Memoria

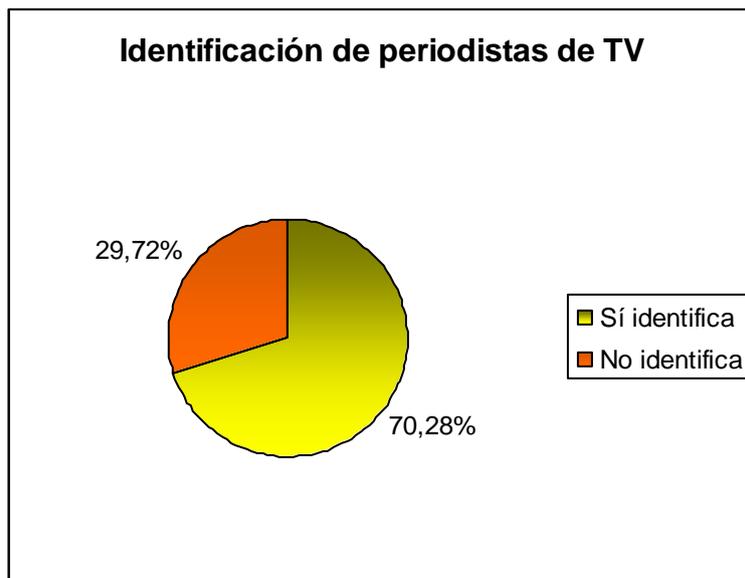
Noticiero 12
Noticiero Canal 10
Noticiero Canal 13
Noticiero de Bs As
Noticiero de Córdoba
Noticiero de Santos
Noticiero de Telefe
Noticieros
Periodismo especializado
Por estos días
Programa de Boneli
Programas de cable
Programas periodísticos
Punto Doc
Sólo noticias
Tele 10
Telefe noticias
Telenoche
Teleocho
TIN segmento económico
TN
TVN
Zaping

Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

**10. ¿Puede identificar a los periodistas a cargos de esos programas sobre economía?**

Identificación periodistas de TV	Año 2001
Sí identifica	70,28%
No identifica	29,72%
Total de personas	100,00%

Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.



Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

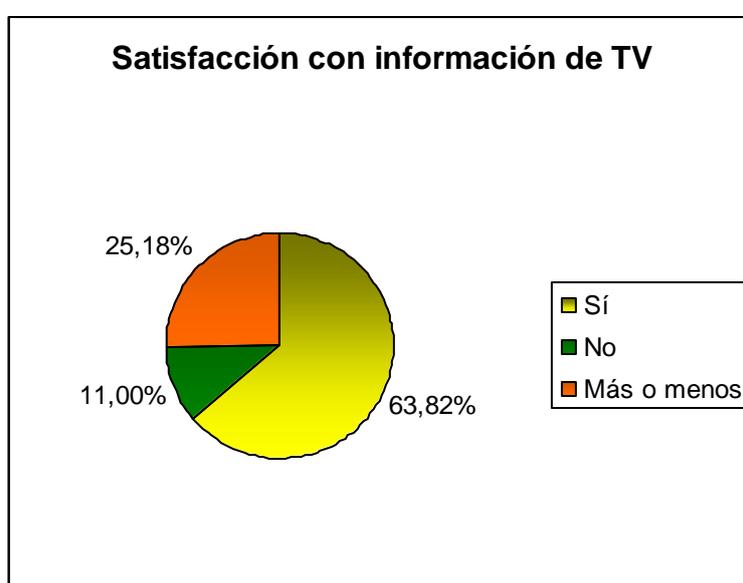
<b>Periodistas de Tv identificados en el año 2001</b>
Adrian Paenza
Carlos Sagristani
Cesar Masetti
Chiche Gelblung
Claudio Ferrer
Daniel Hdad
Eduardo Freile
Ferré
Gerardo Lopez
Gustavo Tobi
Horacio Verbitsky
Jorge Cuadrado
Jorge Granados
Jorge Lanata
Jorge Martinez
Lalo Freyre
Luis Majul
Marcelo Bonelli
Marcelo Zlotziaga
Marcos Viasati
Mariano Grondona
Martín Redrado
Miguel Clariá
Mónica Cahen D'Anvers
Mónica y Cesar
Montero
Nelson Castro
Osvado Granados
Pablo Pardo
Rebeca Bortoletto
René Bacco
Rosario Lufrano

Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

### **11. ¿Está satisfecho con la información que recibe?**

Satisfacción Tv	Año 2001
Sí	63,82%
No	11,00%
Más o menos	25,18%
Total de personas	100,00%

Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.



Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

### **11. ¿Desea agregar algún comentario?**

Comentarios realizados en el año 2001
Los economistas deberían dirigirse a la población con un vocabulario más sencillo, no entendemos lo que dicen
Por más que la gente se interese, los políticos hacen lo que quieren
Me tienen arto los miembros de los políticos
No entiendo lo que dicen, porque no estoy capacitada. Pienso que no existe un periodista económico que sirva para salir de la crisis
Son todas mentiras
Los políticos son todos una mierda, lo único que les interesa es bajar la jubilación, no piensan más en nosotros, estamos abandonados
No me preocupo por mí solo, sino por las generaciones que vienen, que va a pasar con ellos
No existe un periodista a través de la radio que informe correctamente
Que se le dé más espacios a los cuadros, gráficos, a la noticia desempleo para que la gente se entere de nuestra situación
Todos los políticos son iguales, no se puede confiar más en ellos
Que estas encuestas sirvan de algo
No entiendo mucho

Porque no es amarillista
La información es buena, la economía Argentina es catastrófica
Tengo poco tiempo pero hablando todo el día con la gente me doy cuenta de lo que pasa
Tengo conocimientos generales sobre economía y desempleo, reconozco la crisis actual, pero gracias a dios todavía dependo de mis padres
Al tener 54 años, me dicen que requeriría capacitarme más o sino, tomo algún trabajito
Es necesario estar constantemente informado, y que el empleo es el principal afectado ante la problemática actual que nos compete a todos
Es importante estar informado, como consecuencia de la crisis actual y principalmente de la posición de la educación en relación al desempleo
Hace tiempo que estoy sin trabajo y no me interesa informarme, aunque prendiendo la tele siempre algo veo. Pero basta con el ánimo de la gente
Hay tantas y diversas opiniones que constituyen a que lo que no exigen introducidos en el tema, les genera confusión y desosiego
El sistema y el modelo económico es un desastre y no va más así, no vamos a ningún lado
No me gusta el tratamiento que le dan a la información y a los hechos que en realidad deberían ser conocidos
En momentos de fuertes crisis y cambios, como sucede actualmente, uno se interesa por informarse sobre estos tipos de temas
Información muy parcial, muy de derecha
Se podría profundizar en cada uno de los programas y brindar información.
Que la Tv utilice los medios para enseñar sin perjudicar las noticias, pintura, dibujo y conocimientos generales. Es necesario instruir a la gente
El programa Día D es muy interesante desde el punto de vista político con respecto a la economía y al análisis son accesible
La información es muy escasa
Nuestro país ha pasado a ser una colonia, mientras los políticos se guardan la plata de las privatizaciones
Si la crisis por lo que está pasando el país, en mi opinión se debe a las desigualdades sociales, por el individualismo y la falta de colaboración entre todos.
Muchas veces hay problemas con la información por mentiras
Que todos los días está peor la economía. Que lo único importante para los economistas es el riesgo país
Grondona es oficialista es subjetivo. Clariá es objetivo y lo que dice es bastante coherente
La economía Argentina necesita de una solución rápida y efectiva
Hace falta más colaboración de las distintas ámbitos de la sociedad tanto de las grandes empresas, del Estado, de las personas en general
La gente sufre de mucho hambre y que le gustaría jubilarse ya que hace 5 años que debería estarlo
Lo que dicen los diarios es lo que los gobiernos dicen
Dan lo que le dan
Como empleada del Banco de Córdoba y antes de la privatización agradezco tener trabajo
En la Argentina debería haber políticos que se interesaran realmente por la población, que les dieran una verdadera solución a la economía del país
La sociedad es la dueña del cambio
Habría que llevar a los gobernantes al barrio para que vean que roban por falta de trabajo
A pesar de que tengo trabajo me siento muy damnificado con este tema (desempleo) porque en mi vida me toó superarlo y siempre luchar contra él.
Los periodistas especializados en economía hablan para los entendidos en el tema, no para el grueso de la población
La falta de trabajo (crisis)
Hace falta que hagan más cosas que simplemente decir que estamos mal. Hay que buscar caminos eficientes
Estamos bien informados, aunque la situación económica es diferente.
No puedo confiar en nadie, he perdido las esperanzas de que se pueda cambiar la situación
La economía va a crecer cuando los Argentinos y el mundo confíen en el país
ES difícil esta crisis, pero nunca debemos perder la fe en dios

La economía se encuentra en pésimo estado
Desea que haya más empleo
Que cada día hay más desempleo y los empresarios se aprovechan explotando a la gente
Que renuncien los políticos que no realizan bien su trabajo no tiene honestidad ni capacidad.
No estamos bien económicamente y esto se ve reflejado en la alta tasa de desempleo
A pesar de todos los problemas, él está agradecido por tener trabajo
Le gusta el programa porque muestra las dos caras de la verdad. Es una información completa siempre muestra los motivos de las problemáticas.
La mayoría de la gente no entiende de economía y yo no estoy demasiado informado
Le gustaría que los periodistas en lugar de sólo analizar los temas económicos alguna vez propongan alguna solución
Los medios se encuentran en una postura opuesta frente al gobierno, cada vez se oponen más al gobierno actual, cosa que no era tan evidente con respecto al anterior
Los medios de comunicación tienen ideas tendenciosas y que responden a interés políticos y económicos, lo que hace que la información llegue a los oyentes muchas veces distorsionada
Los noticieros deberían informar sobre temas más referidos a los problemas de Córdoba
Lo más importante de solucionar en este momento es el desempleo y la reactivación económica.
El tema del desempleo debe ser estudiado con mucha dedicación y seriedad.

Fuente: Centro, Plaza de la Intendencia y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2001.

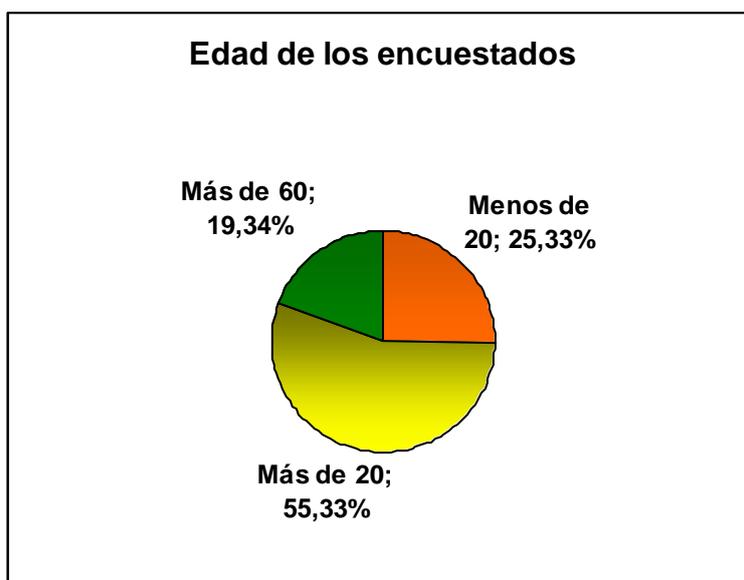
## PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL PROCESAMIENTO POR TOTAL DEL AÑO 2002

Zonas relevadas: casos relevados en el mes de Noviembre del año 2002 en la Ciudad de Córdoba.

### Edad de los encuestados:

Edad	Zona 1
Menos de 20	25,33%
Más de 20	55,33%
Más de 60	19,34%
Total	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

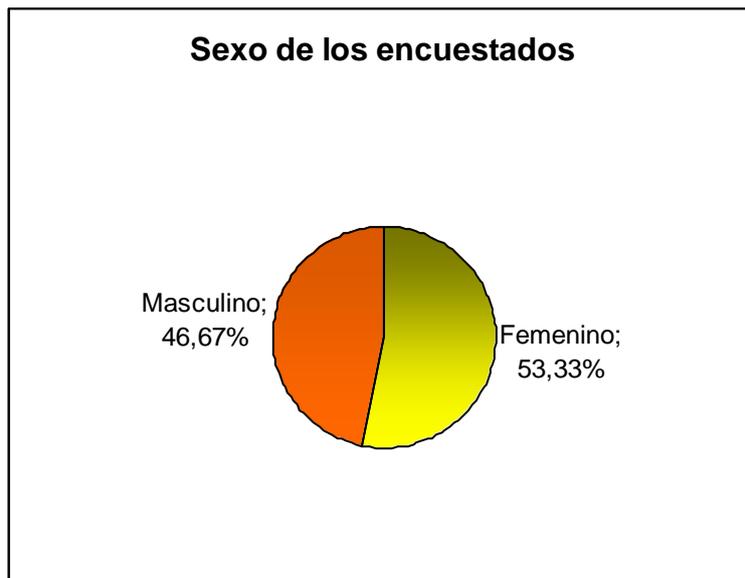


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

### Sexo de los encuestados:

SEXO	Zona 1
Femenino	53,33%
Masculino	46,67%
Total	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

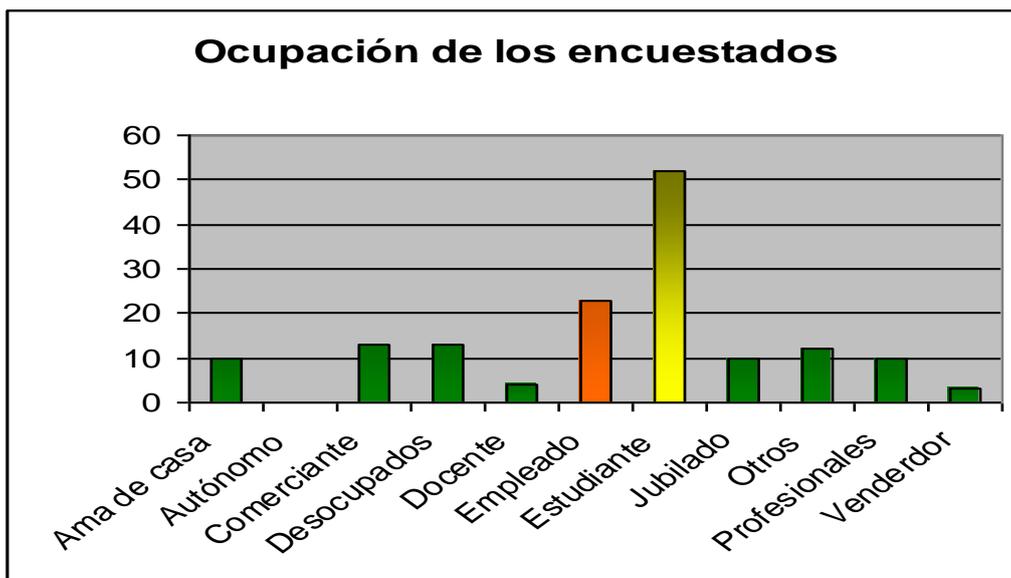


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

### Ocupación de los encuestados:

Ocupación	Zona 1
Ama de casa	10
Autónomo	0
Comerciante	13
Desocupados	13
Docente	4
Empleado	23
<b>Estudiante</b>	<b>52</b>
Jubilado	10
Otros	12
Profesionales	10
Vendedor	3
Total	150

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

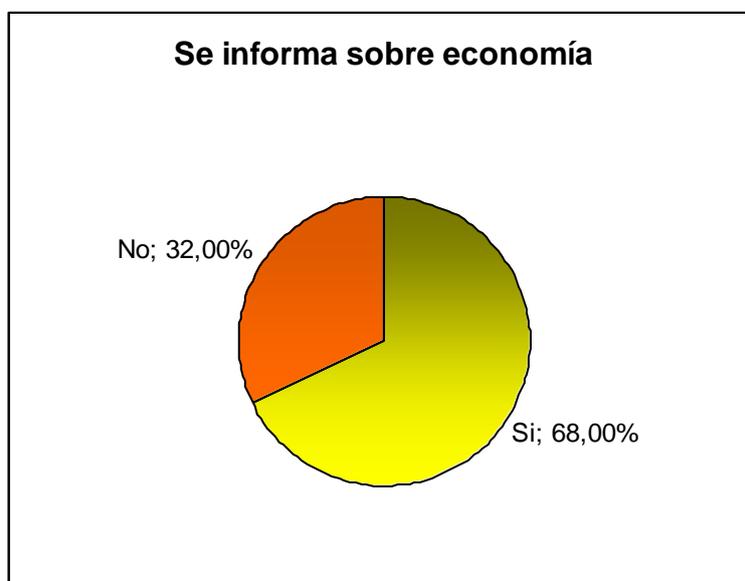


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

**1. ¿Se informa por informarse acerca de economía, en particular del desempleo?**

Se informa	Zona 1
Si	68,00%
No	32,00%
Total	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.



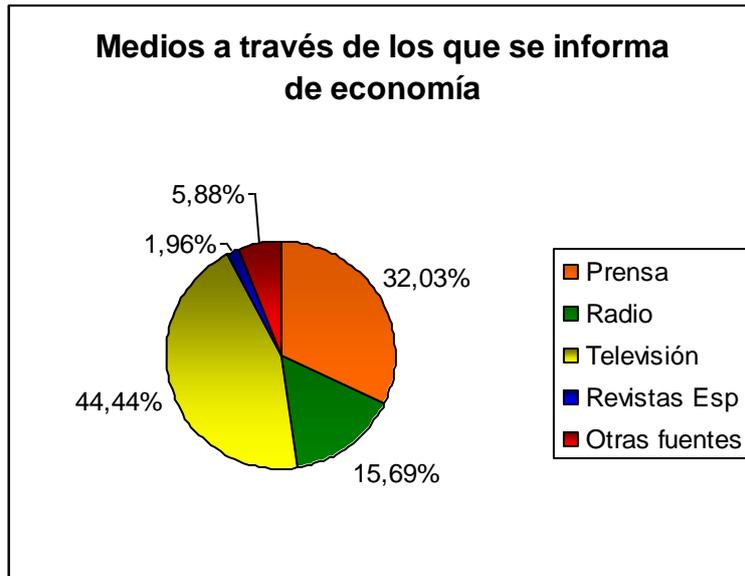
Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

**3. ¿A través de qué medio se informa sobre la economía y en particular sobre el desempleo?**

4.

Medios a través de los que se informa	Zona 1
Prensa	32,03%
Radio	15,69%
Televisión	44,44%
Revistas Especializadas	1,96%
Otras fuentes	5,88%
Total de personas	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

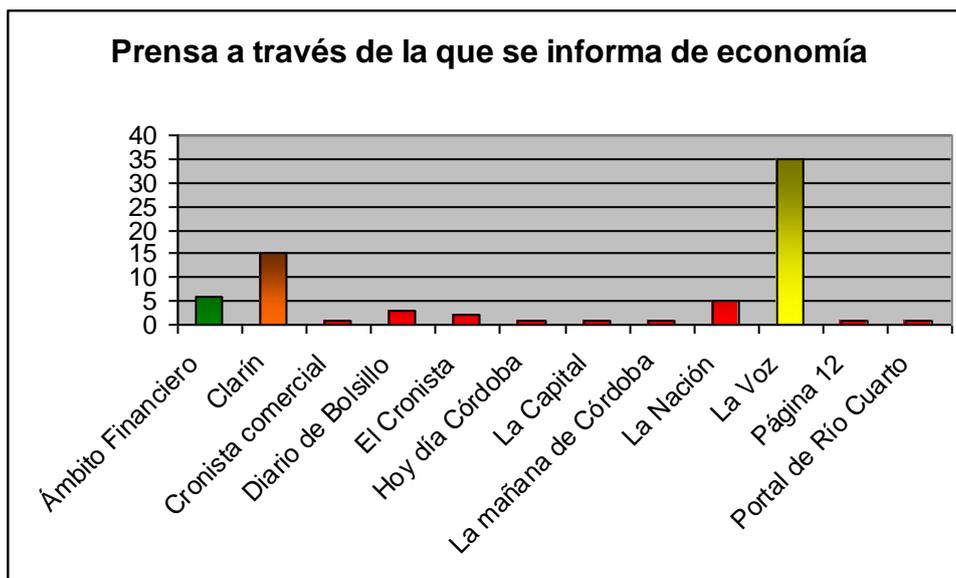


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

### **3. En caso de informarse a través de la prensa, ¿Qué diario lee habitualmente?**

Prensa	Zona 1
Ámbito Financiero	6
Clarín	15
Cronista comercial	1
Diario de Bolsillo	3
El Cronista	2
Hoy día Córdoba	1
La Capital	1
La mañana de Córdoba	1
La Nación	5
La Voz	35
Página 12	1
Portal de Río Cuarto	1
Total	72

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

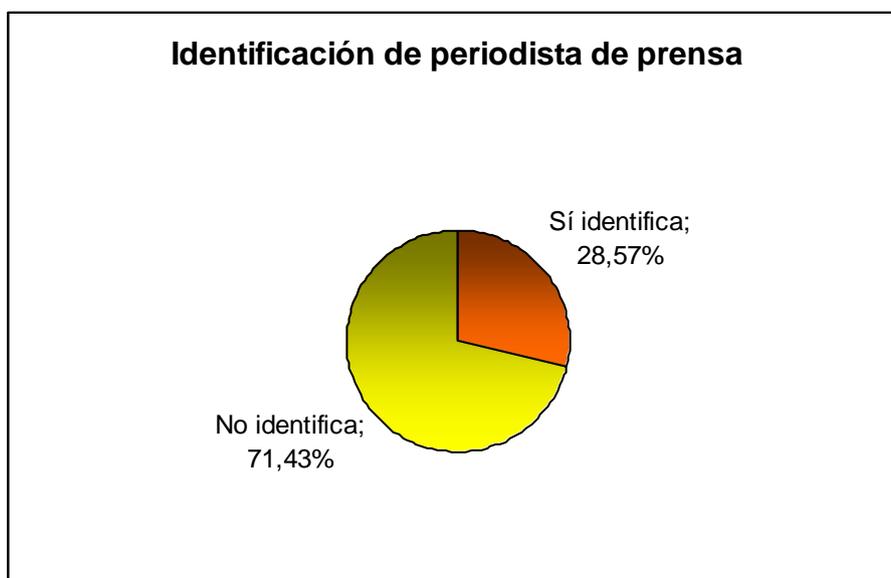


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

#### 4. ¿Puede identificar a quienes escriben sobre economía y en particular sobre desempleo?

Identifica periodista de prensa	Zona 1
Sí identifica	28,57%
No identifica	71,43%
Total de personas	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

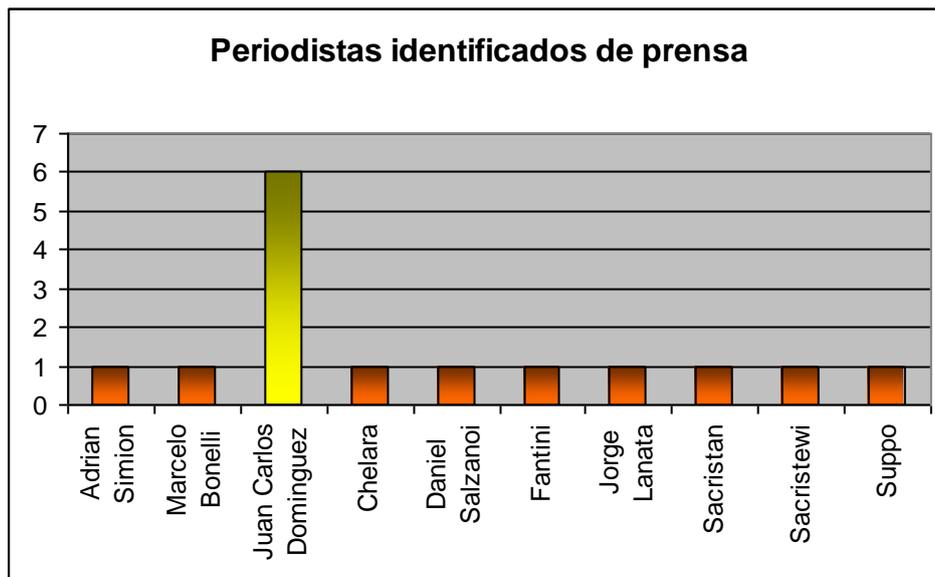


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

Periodistas identificados	Frecuencia	Zona 1
Adrian Simion	1	6,67%
Marcelo Bonelli	1	6,67%
<b>Juan Carlos Dominguez</b>	<b>6</b>	<b>40,00%</b>
Chelara	1	6,67%

Daniel Salzano	1	6,67%
Fantini	1	6,67%
Jorge Lanata	1	6,67%
Sacristan	1	6,67%
Sacristewi	1	6,67%
Suppo	1	6,67%
Total de personas	15	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

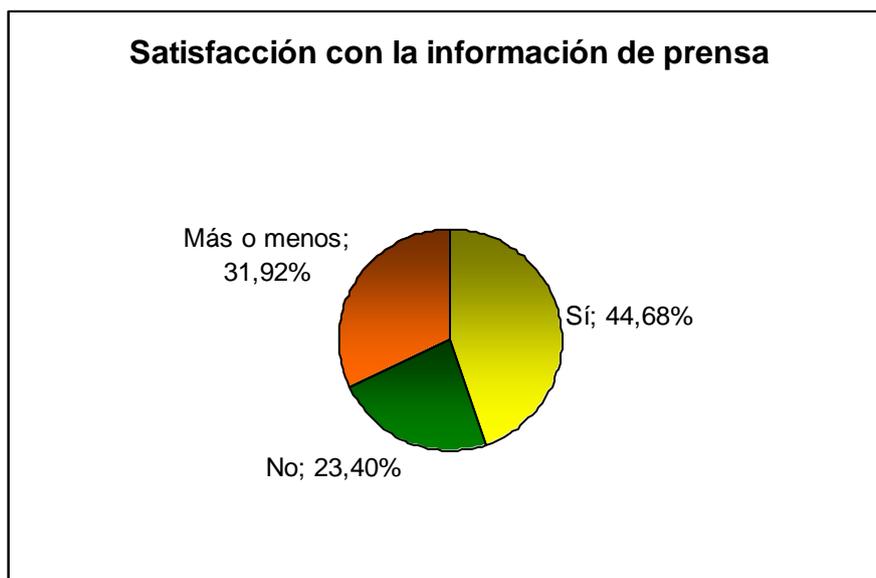


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

**5. ¿Está satisfecho con la información que recibe sobre economía y particular sobre desempleo?**

Satisfacción con la información de prensa	Zona 1
Sí	44,68%
No	23,40%
Más o menos	31,92%
Total de personas	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.



Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

**6. En caso de informarse a través de la radio ¿Qué programas escucha habitualmente para informarse sobre economía?**

Radio	Frecuencia	Zona 1
100,5	1	3,45%
05:50	2	6,90%
Continental	1	3,45%
El Observador	1	3,45%
El Programa de Clariá	2	6,90%
Galiberti	2	6,90%
<b>Informativos</b>	<b>4</b>	<b>13,79%</b>
Hoy por hoy	1	3,45%
Juntos	1	3,45%
La Cornisa	1	3,45%
La Roca	1	3,45%
El programa de Rony vargas	1	3,45%
Los Galeanos	1	3,45%
<b>LV3</b>	<b>5</b>	<b>17,24%</b>
Magdalena Tempranísimo	1	3,45%
Mitre	2	6,90%
Universidad	2	6,90%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

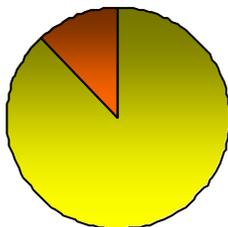
**7. ¿Puede identificar a los periodistas que escucha hablar sobre economía?**

Identificación de periodistas de radio	Zona 1
Sí identifica	88,00%
No identifica	12,00%
<b>Total de personas</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

### Identificación de periodistas de radio

No identifica;  
12,00%

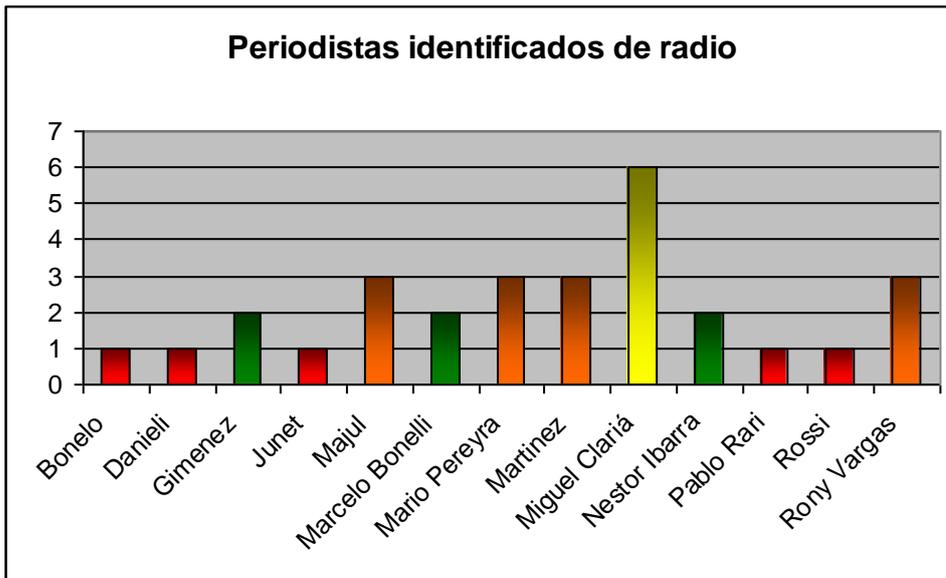


Sí identifica;  
88,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

Periodistas identificados	Frecuencia	Zona 1
Bonelo	1	3,45%
Danieli	1	3,45%
Gimenez	2	6,90%
Junet	1	3,45%
Majul	3	10,34%
Marcelo Bonelli	2	6,90%
Mario Pereyra	3	10,34%
Martinez	3	10,34%
<b>Miguel Clariá</b>	<b>6</b>	<b>20,69%</b>
Nestor Ibarra	2	6,90%
Pablo Rari	1	3,45%
Rossi	1	3,45%
Rony Vargas	3	10,34%
Total	29	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.



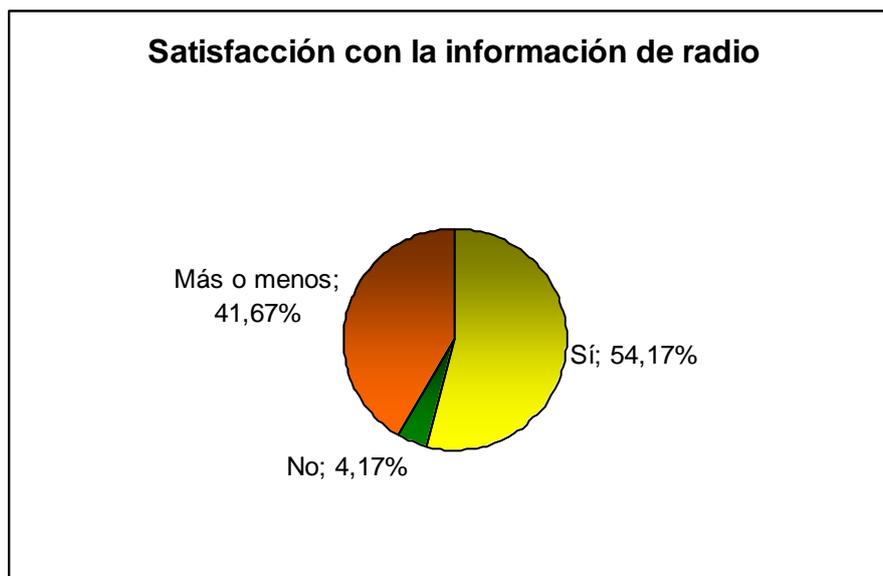
Fuente: Varias

zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

### 9. ¿Está satisfecho con la información que recibe?

Satisfacción con la información de radio	Zona 1
Sí	54,17%
No	4,17%
Más o menos	41,67%
Total de personas	100,01%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.



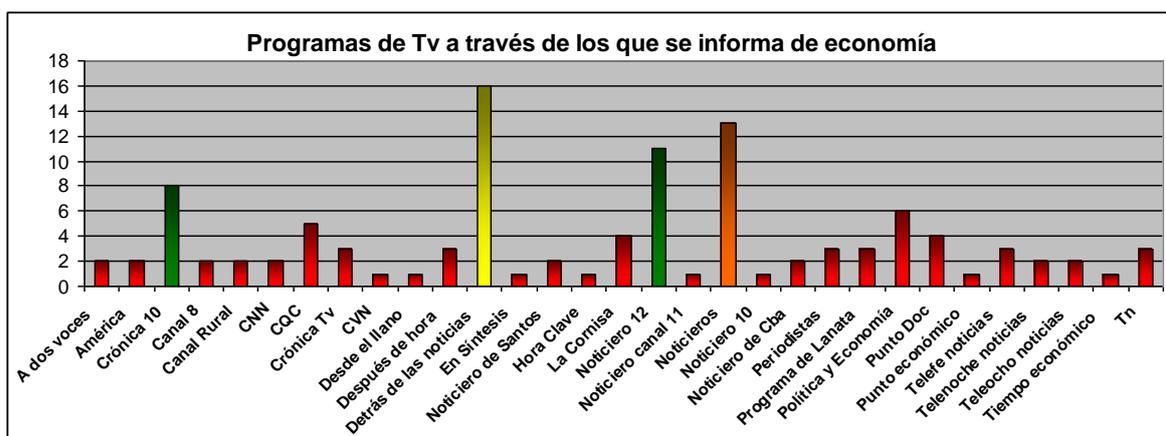
Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

### 9. En caso de informarse a través de la Televisión ¿Qué programas ve de economía?

TV	Frecuencia	Zona 1
----	------------	--------

A dos voces	2	1,80%
América	2	1,80%
Crónica 10	8	7,21%
Canal 8	2	1,80%
Canal Rural	2	1,80%
CNN	2	1,80%
CQC	5	4,50%
Crónica Tv	3	2,70%
CVN	1	0,90%
Desde el llano	1	0,90%
Después de hora	3	2,70%
<b>Detrás de las noticias</b>	<b>16</b>	<b>14,41%</b>
En Síntesis	1	0,90%
Noticiero de Santos	2	1,80%
Hora Clave	1	0,90%
La Cornisa	4	3,60%
<b>Noticiero 12</b>	<b>11</b>	<b>9,91%</b>
Noticiero canal 11	1	0,90%
<b>Noticieros</b>	<b>13</b>	<b>11,71%</b>
Noticiero 10	1	0,90%
Noticiero de Cba	2	1,80%
Periodistas	3	2,70%
Programa de Lanata	3	2,70%
Política y Economía	6	5,41%
Punto Doc	4	3,60%
Punto económico	1	0,90%
Telefe noticias	3	2,70%
Telenoche noticias	2	1,80%
Teleocho noticias	2	1,80%
Tiempo económico	1	0,90%
Tn	3	2,70%
<b>Total de personas</b>	<b>111</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

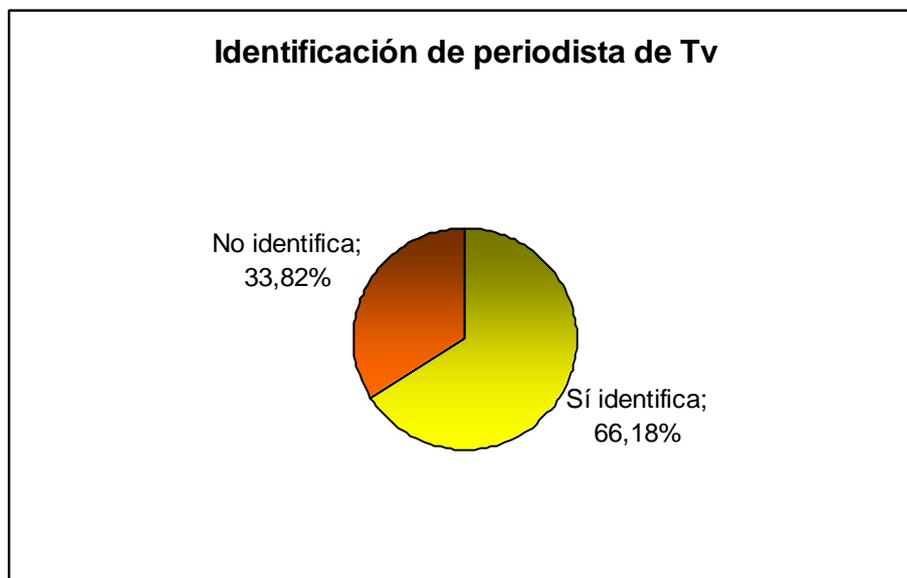


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

## 12. ¿Puede identificar a los periodistas a cargos de esos programas sobre economía?

Identificación de periodistas de TV	Zona 1
Sí identifica	66,18%
No identifica	33,82%
Total de personas	100,00%

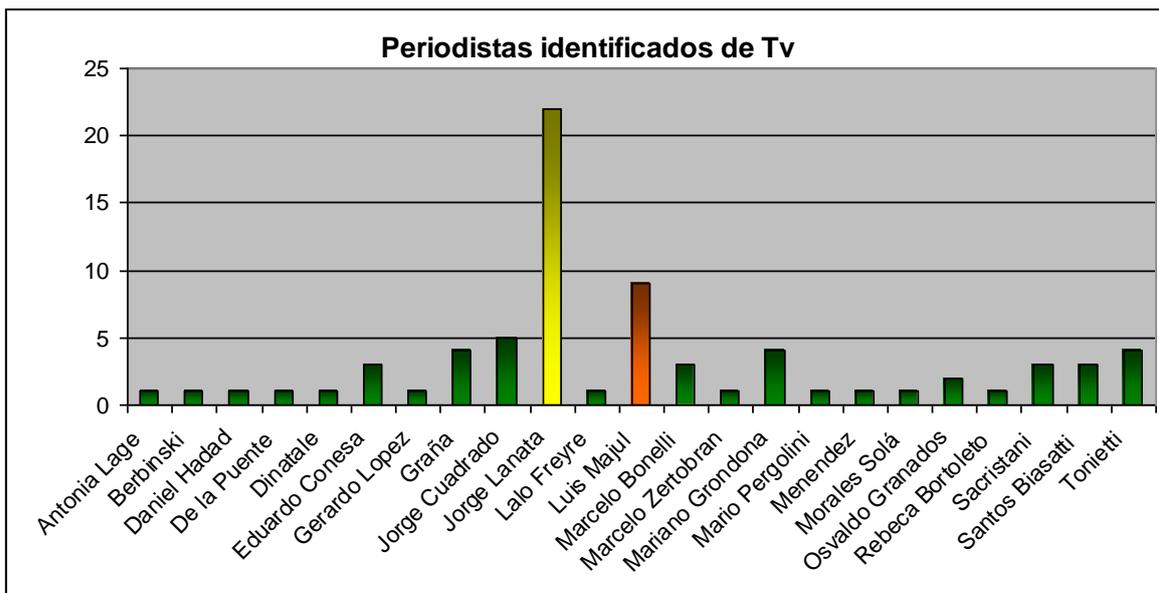
Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.



Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

Periodistas identificados de TV	Frecuencia	Zona 1
Antonia Lage	1	1,35%
Berbinski	1	1,35%
Daniel Hadad	1	1,35%
De la Puente	1	1,35%
Dinatale	1	1,35%
Eduardo Conesa	3	4,05%
Gerardo Lopez	1	1,35%
Graña	4	5,41%
Jorge Cuadrado	5	6,76%
<b>Jorge Lanata</b>	<b>22</b>	<b>29,73%</b>
Lalo Freyre	1	1,35%
<b>Luis Majul</b>	<b>9</b>	<b>12,16%</b>
Marcelo Bonelli	3	4,05%
Marcelo Zertobran	1	1,35%
Mariano Grondona	4	5,41%
Mario Pergolini	1	1,35%
Menendez	1	1,35%
Morales Solá	1	1,35%
Osvaldo Granados	2	2,70%
Rebeca Bortoleto	1	1,35%
Sacristani	3	4,05%
Santos Biasatti	3	4,05%
Tonietti	4	5,41%
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.



Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

**13. ¿Está satisfecho con la información que recibe?**

Satisfacción con la información de Tv	Zona 1
Sí	50,00%
No	19,70%
Más o menos	30,30%
Total de personas	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.



Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

#### **Revistas especializadas:**

Revistas Especializadas	Zona 1
Gente	100,00%
Total	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

#### **Otras fuentes mediante las cuales se informa de economía:**

Otras Fuentes	Zona 1
Internet	100,00%
Total	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

Páginas de Internet	Zona 1
La Voz	25,00%
Varias	75,00%
Total	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

#### **14. ¿Desea agregar algún comentario?**

Desea realizar algún comentario	Zona 1
Sí	26,67%
No	73,33%
Total	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.



Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

Comentarios realizados
También escucha en programas de fm alguna información económica
Es buena la información
Los medios están manipulados, todos tiran para su lado
Le parece que es muy buena la radio
Encuestado del interior del país
La información que brindan está muy distorsionada, no dicen la verdad
Considero que no se dice toda la verdad
todo medio tiene parcialidades
Es parte de los medios, de la misma lógica
Estoy satisfecho porque son todos iguales. Ninguno es completamente bueno, son parciales
La información está distorsionada
Le gusta informarse, no puede estar sin informarse
En este canal es muy buena la información
Espero que la nueva generación de periodistas sea mejor
Los medios insinceridad y mediocridad
Información distorsionada, se oculta la verdad
Es mejor internet que comprar un diario porque puedes informarte de muchas partes
Es incompleto el diario
Sinceridad económica
Medio no se juegan no tienen opiniones claras, son sectoristas
Espero que el periodismo mejore
No sabe si es real, es tendencioso. Fantini es objetivo
Es poca la información, le dan poca importancia
Desearía información más completa y verídica
Aunque muchas veces la información está distorsionada
Hay elección, no sé si es veraz la información
Es muy buena la información, de gran calidad y seriedad
Es muy exagerado
No es suficiente, hay temas que no son tocados con tanta profundidad
Es muy buena la información
La información es distorsionada
Hay periodistas económicos que desvían la información

El gobierno tendría que informar. La nación es objetiva. Clarín no, está muy manipulado
En radio no se puede tratar temas económicos. Se necesita más análisis
Algunas veces se simplifican demasiado los temas a tratar y la desventaja que esto trae es pretender solucionar problemas de maneras que no se puede, o hay periodistas que manipulan las noticias y lamentablemente por su poder de convicción y alcance que tiene hacia el público, no dan el para formar una opinión más objetiva
Yo con la información estoy satisfecha pero me parece que el día de hoy la misma podría ser más abundante
Lanata es muy soberbio, maltratada la información
No mirá tv, ni radio porque no tiene tiempo
No me quiero amargar
Me parece que todos mienten

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2002.

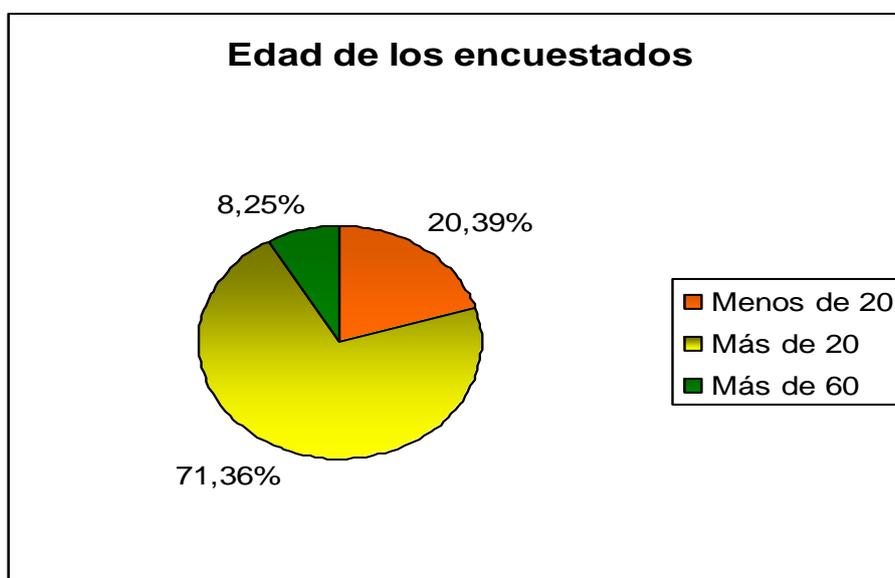
## PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL PROCESAMIENTO TOTAL DEL AÑO 2003

Zonas relevadas: casos relevados en el mes de Noviembre del año 2003 en la Ciudad de Córdoba.

### Edad de los encuestados:

Edad	Año 2003
Menos de 20	20,39%
Más de 20	71,36%
Más de 60	8,25%
Total	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

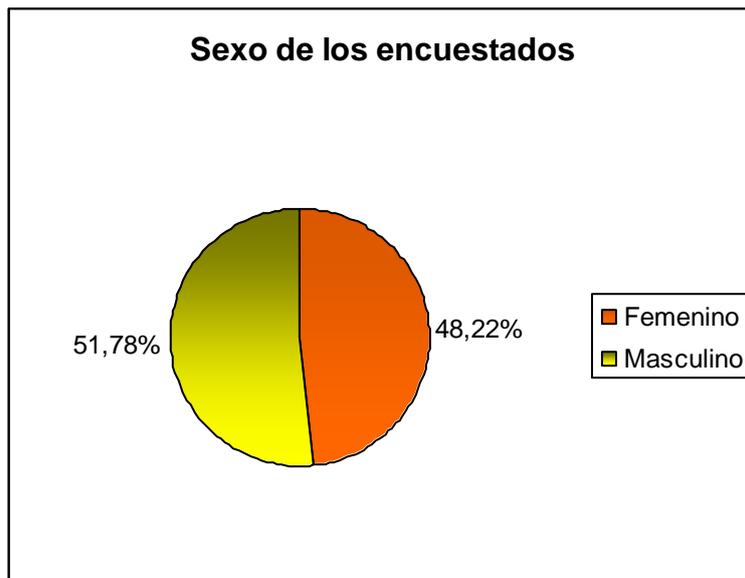


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

### Sexo de los encuestados:

Sexo de los encuestados	Año 2003
Femenino	48,22%
Masculino	51,78%
Total	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

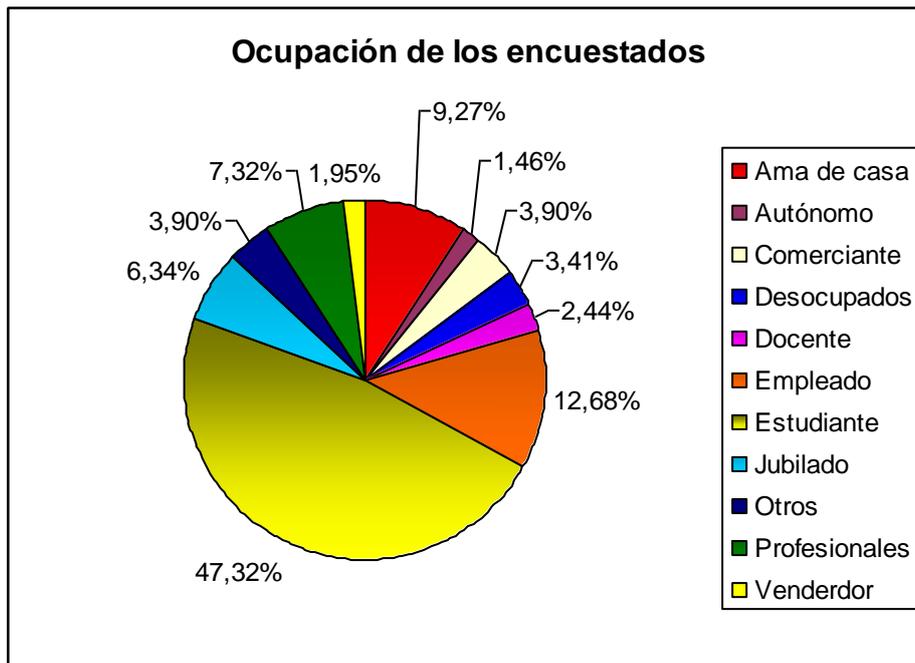


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

**Ocupación de los encuestados:**

Ocupación	Año 2003
Ama de casa	9,27%
Autónomo	1,46%
Comerciante	3,90%
Desocupados	3,41%
Docente	2,44%
Empleado	12,68%
Estudiante	47,32%
Jubilado	6,34%
Otros	3,90%
Profesionales	7,32%
Vendedor	1,95%
Total	100%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

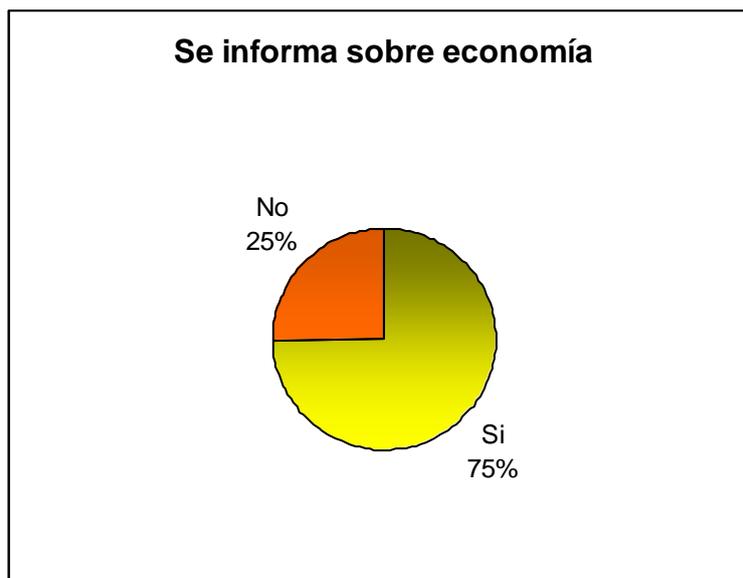


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

### ¿Se informa por informarse acerca de economía, en particular del desempleo?

Se interesa	Año 2003
Si	74,76%
No	25,24%
Total	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

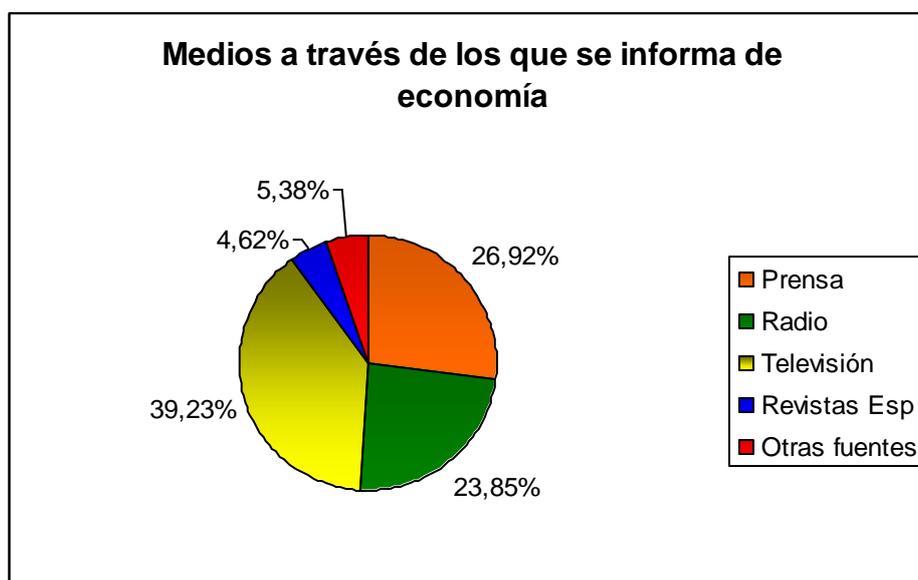


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

**2. ¿A través de qué medio se informa sobre la economía y en particular sobre el desempleo?**

Medios	Año 2003
Prensa	26,92%
Radio	23,85%
Televisión	39,23%
Rev. Esp.	4,62%
Otras fuentes	5,38%
Total de personas	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.



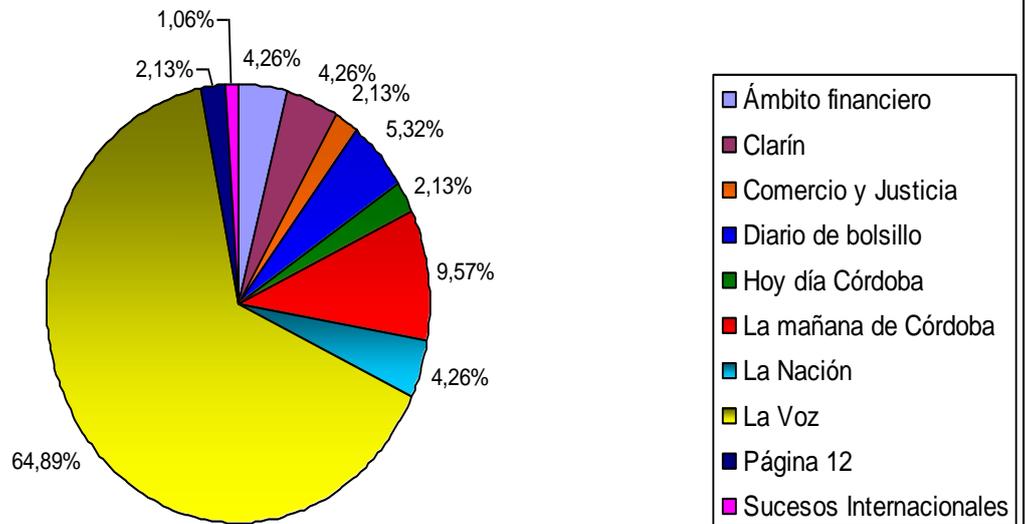
Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

**3. En caso de informarse a través de la prensa, ¿Qué diario lee habitualmente?**

Prensa a través de la que se informa de economía	Año 2003
Ámbito financiero	4,26%
Clarín	4,26%
Comercio y Justicia	2,13%
Diario de bolsillo	5,32%
Hoy día Córdoba	2,13%
La mañana de Córdoba	9,57%
La Nación	4,26%
<b>La Voz</b>	<b>64,89%</b>
Página 12	2,13%
Sucesos Internacionales	1,06%
Total	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

### Prensa a través de la que se informa de economía

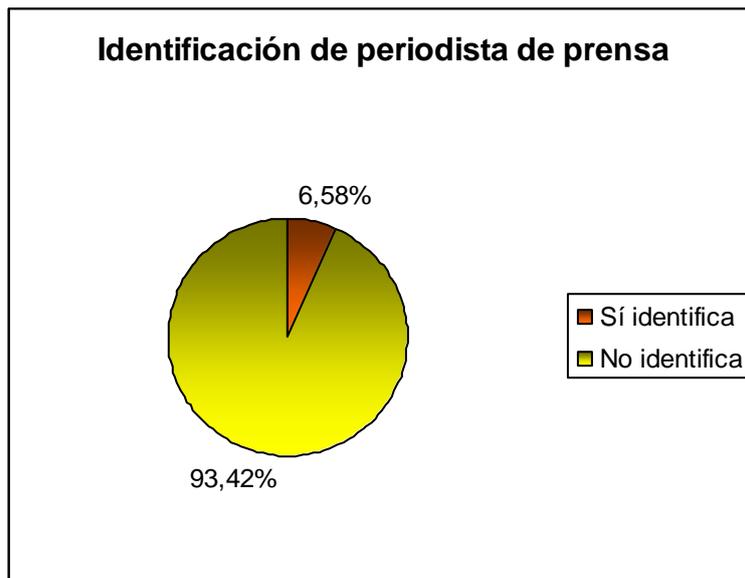


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

#### 4. ¿Puede identificar a quienes escriben sobre economía y en particular sobre desempleo?

Identificación periodistas prensa	Año 2003
Sí identifica	6,58%
No identifica	93,42%
Total	100,00%

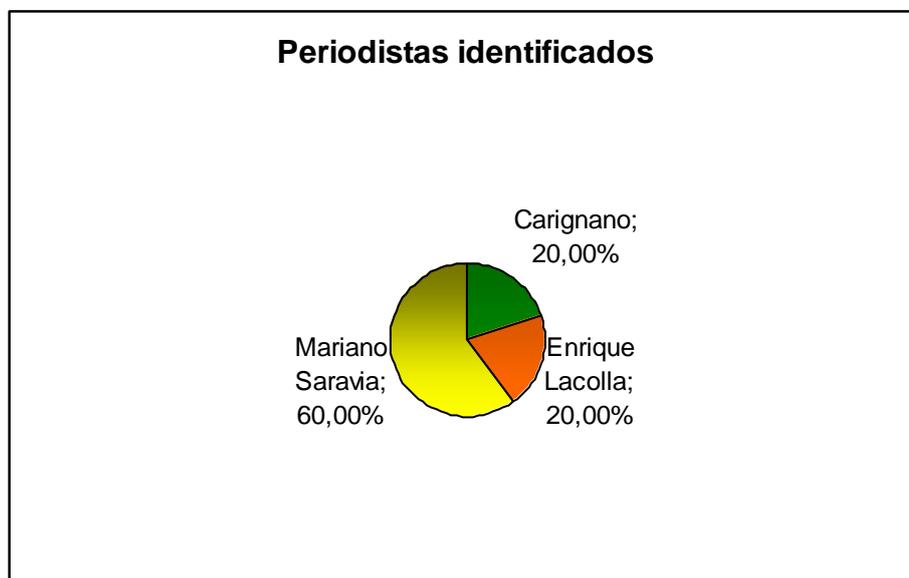
Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.



Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

Periodistas identificados de prensa	Año 2003
Carignano	20,00%
Enrique Lacolla	20,00%
Mariano Saravia	60,00%
Total	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

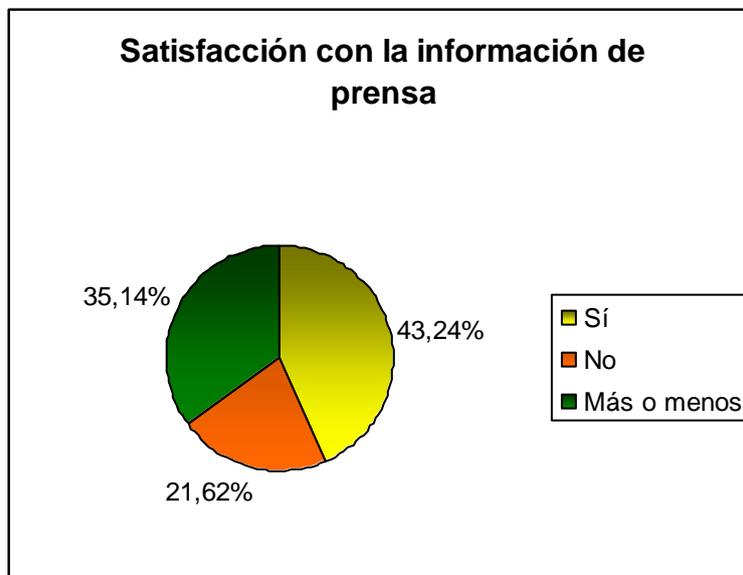


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

## **5. ¿Está satisfecho con la información que recibe sobre economía y particular sobre desempleo?**

Satisfacción prensa	Año 2003
Sí	43,24%
No	21,62%
Más o menos	35,14%
Total de personas	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.



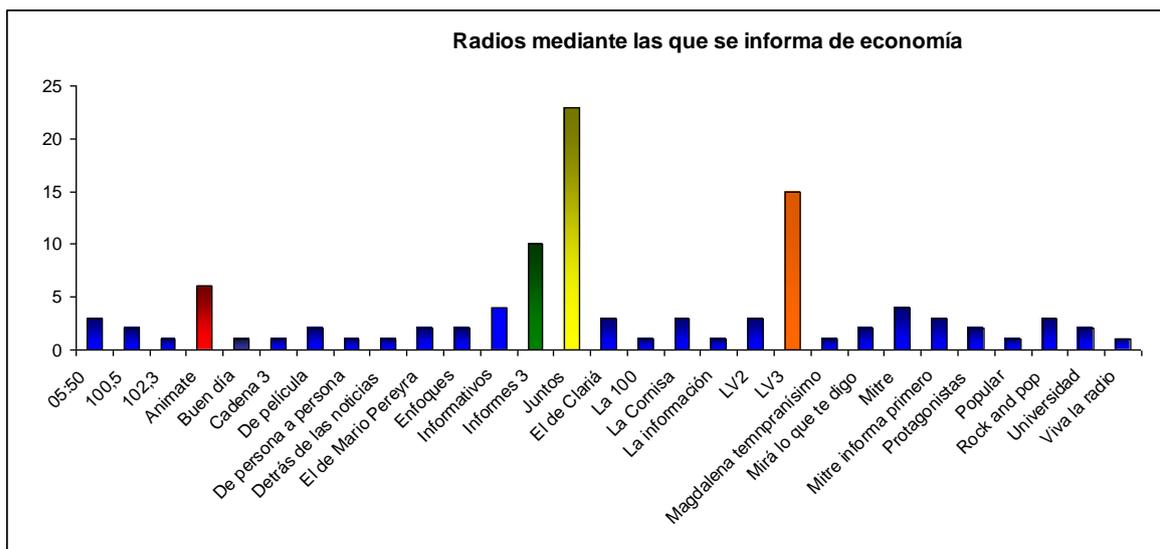
Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

**6. En caso de informarse a través de la radio ¿Qué programas escucha habitualmente para informarse sobre economía?**

Radio	Año 2003
05:50	2,88%
100,5	1,92%
102,3	0,96%
Anímate	5,77%
Buen día	0,96%
Cadena 3	0,96%
De película	1,92%
De persona a persona	0,96%
Detrás de las noticias	0,96%
El de Mario Pereyra	1,92%
Enfoques	1,92%
Informativos	3,85%
Informes 3	9,62%
<b>Juntos</b>	<b>22,12%</b>
El de Clariá	2,88%
La 100	0,96%
La Cornisa	2,88%
La información	0,96%
LV2	2,88%
<b>LV3</b>	<b>14,42%</b>
Magdalena tempranísimo	0,96%
Mira lo que te digo	1,92%

Mitre	3,85%
Mitre informa primero	2,88%
Protagonistas	1,92%
Popular	0,96%
Rock and pop	2,88%
Universidad	1,92%
Viva la radio	0,96%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.



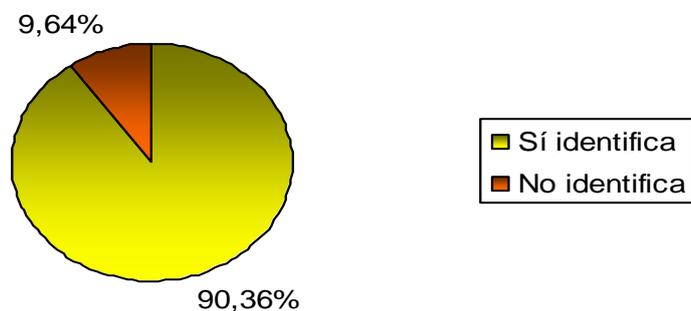
Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

## **7. ¿Puede identificar a los periodistas que escucha hablar sobre economía?**

Identificación de periodistas de radio	Año 2003
Sí conocen	90,36%
No conocen	9,64%
<b>Total de personas</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

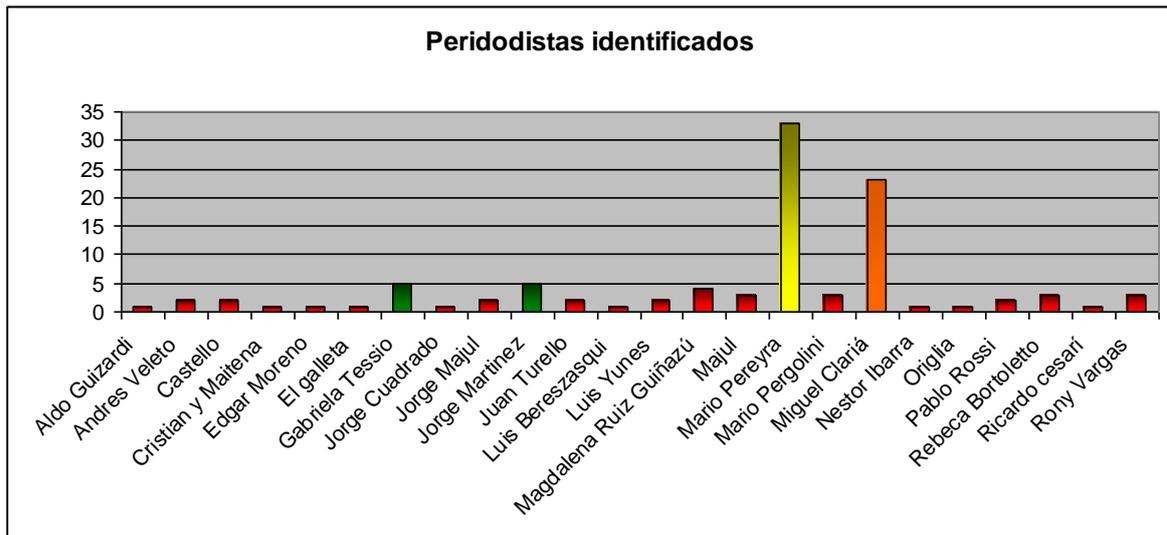
### Identificación de periodistas



Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

Periodistas identificados	Año 2003
Aldo Guizardi	0,97%
Andres Veleto	1,94%
Castello	1,94%
Cristian y Maitena	0,97%
Edgar Moreno	0,97%
El galleta	0,97%
Gabriela Tessio	4,85%
Jorge Cuadrado	0,97%
Jorge Majul	1,94%
Jorge Martinez	4,85%
Juan Turello	1,94%
Luis Bereszaski	0,97%
Luis Yunes	1,94%
Magdalena Ruiz Guiñazú	3,88%
Majul	2,91%
<b>Mario Pereyra</b>	<b>32,04%</b>
Mario Pergolini	2,91%
<b>Miguel Clariá</b>	<b>22,33%</b>
Nestor Ibarra	0,97%
Origlia	0,97%
Pablo Rossi	1,94%
Rebeca Bortoletto	2,91%
Ricardo cesarí	0,97%
Rony Vargas	2,91%
Total	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

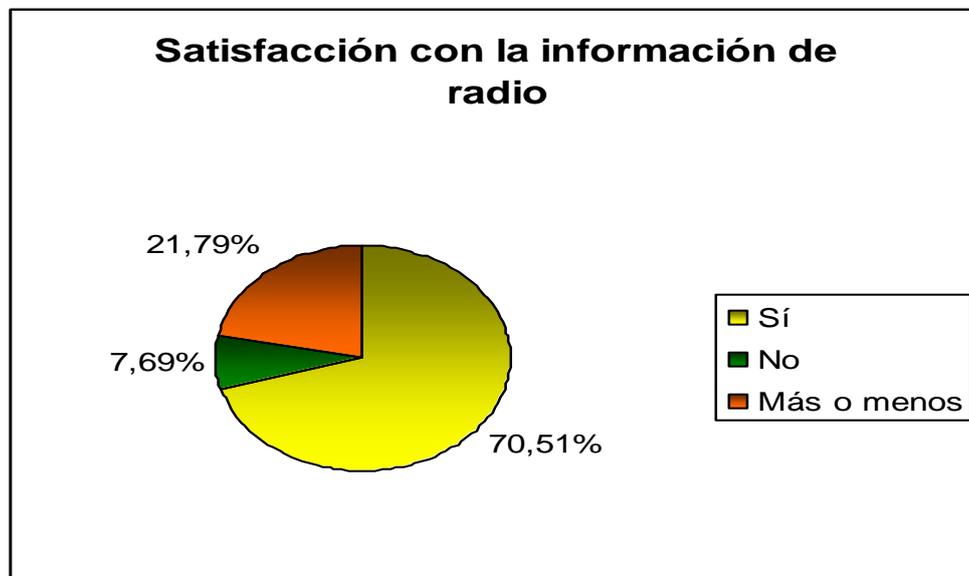


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

**10. ¿Está satisfecho con la información que recibe?**

Satisfacción radio	Año 2003
Sí	70,51%
No	7,69%
Más o menos	21,79%
Total de personas	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003

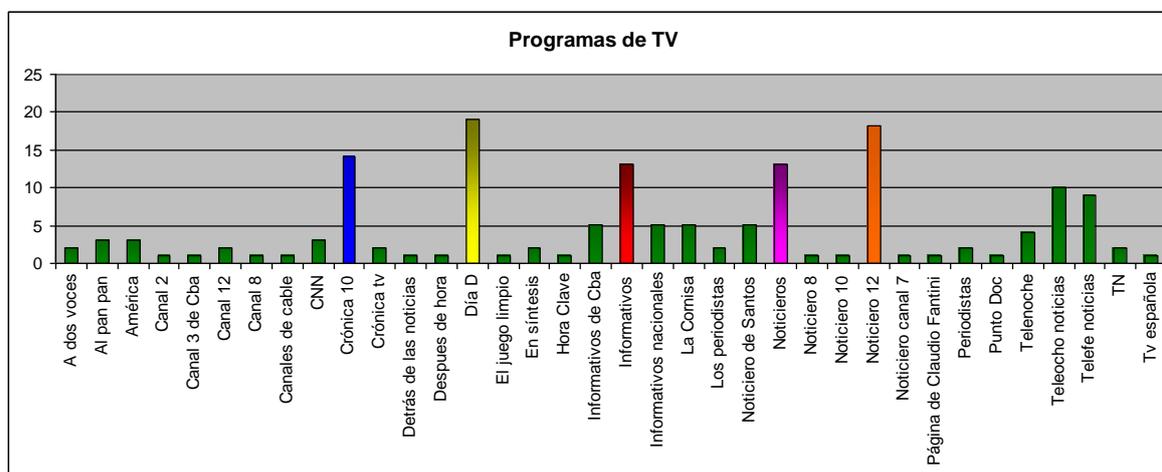


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003

**9. En caso de informarse a través de la Televisión ¿Qué programas ve de economía?**

TV	Año 2003
A dos voces	1,27%
Al pan pan	1,91%
América	1,91%
Canal 2	0,64%
Canal 3 de Cba	0,64%
Canal 12	1,27%
Canal 8	0,64%
Canales de cable	0,64%
CNN	1,91%
Crónica 10	8,92%
Crónica tv	1,27%
Detrás de las noticias	0,64%
Despues de hora	0,64%
<b>Día D</b>	<b>12,10%</b>
El juego limpio	0,64%
En síntesis	1,27%
Hora Clave	0,64%
Informativos de Cba	3,18%
Informativos	8,28%
Informativos nacionales	3,18%
La Cornisa	3,18%
Los periodistas	1,27%
Noticiero de Santos	3,18%
Noticieros	8,28%
Noticiero 8 y10	1,28%
<b>Noticiero 12</b>	<b>11,46%</b>
Noticiero canal 7	0,64%
Página de Claudio Fantini	0,64%
Periodistas	1,27%
Punto Doc	0,64%
Telenoche	2,55%
Teleocho noticias	6,37%
Telefe noticias	5,73%
TN	1,27%
Tv española	0,64%
Total	1,27%

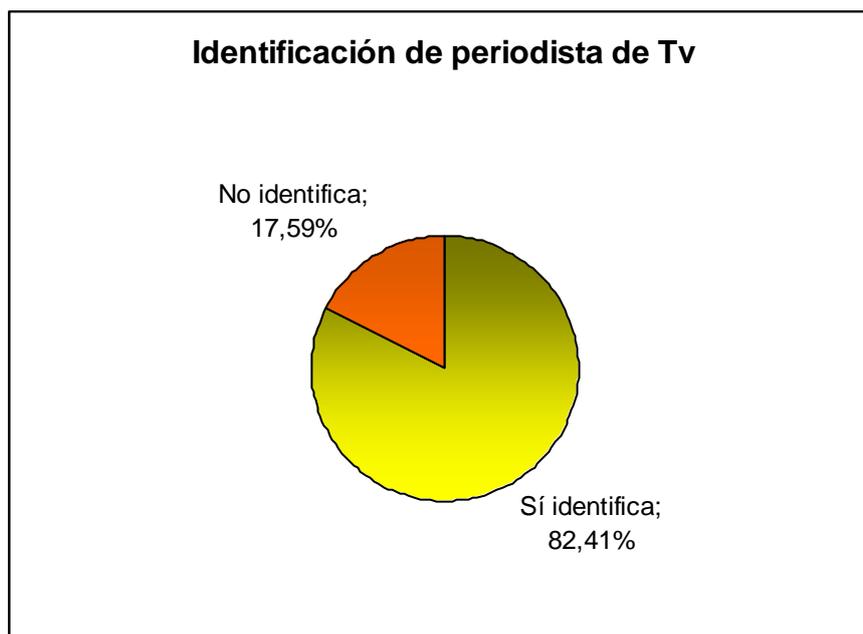
Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003



**15. ¿Puede identificar a los periodistas a cargos de esos programas sobre economía?**

Identificación periodistas de TV	Año 2003
Sí identifica	82,41%
No identifica	17,59%
Total de personas	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

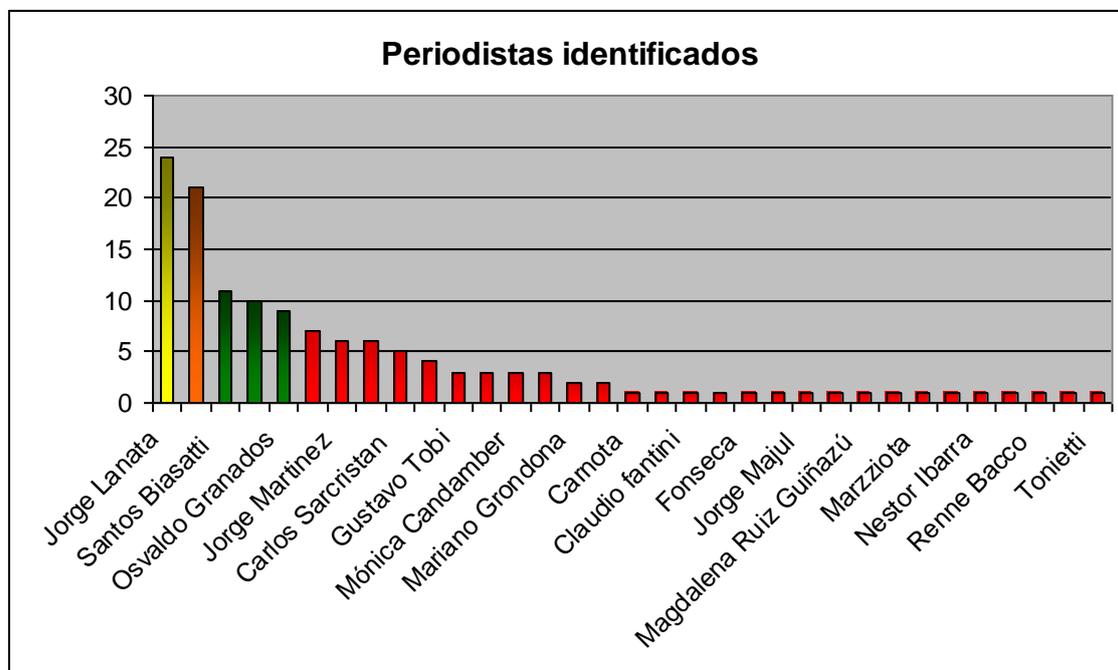


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

Periodistas identificados	Año 2003
Jorge Lanata	17,65%
Jorge Cuadrado	15,44%
Santos Biasatti	8,09%
Lalo Freyre	7,35%
Oswaldo Granados	6,62%
Gerardo Lopez	5,15%
Jorge Martinez	4,41%
Miguel Clariá	4,41%
Carlos Sarcristan	3,68%
Luis Majul	2,94%
Gustavo Tobi	2,21%
Marcela Palermo	2,21%
Mónica Candamber	2,21%
Rebeca Bortoletto	2,21%
Mariano Grondona	1,47%
Martinez	1,47%
Carnota	0,74%
Castello	0,74%

Claudio fantini	0,74%
Daniel Hadad	0,74%
Fonseca	0,74%
Hadad	0,74%
Jorge Majul	0,74%
Lajes	0,74%
Magdalena Ruiz Guiñazú	0,74%
Marcelo Eslotobisazga	0,74%
Marzziota	0,74%
Nelson Castro	0,74%
Nestor Ibarra	0,74%
Paula Trápani	0,74%
Renne Bacco	0,74%
Slotowisga	0,74%
Tonietti	0,74%
Total	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

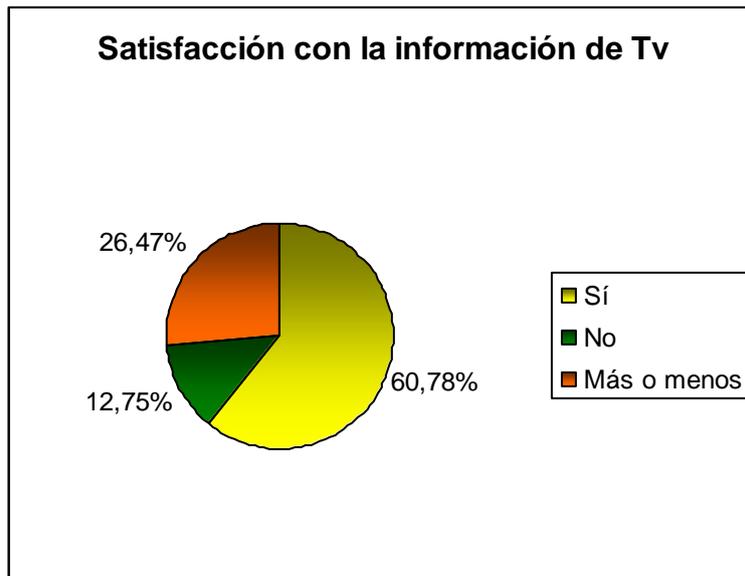


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

### 11. ¿Está satisfecho con la información que recibe?

Satisfacción con la información de TV	Año 2003
Sí	60,78%
No	12,75%
Más o menos	26,47%
Total de personas	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

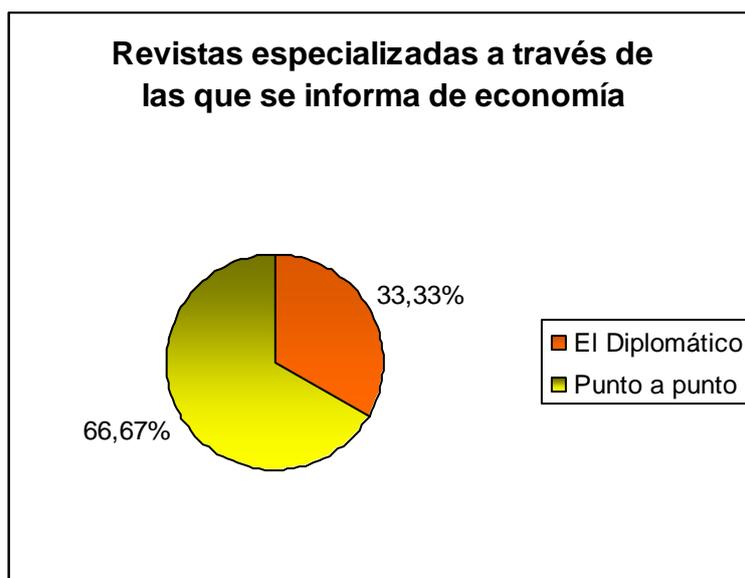


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

### Revistas especializadas:

Revistas Especializadas	Año 2003
El Diplomático	33,33%
Punto a punto	66,67%
Total	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

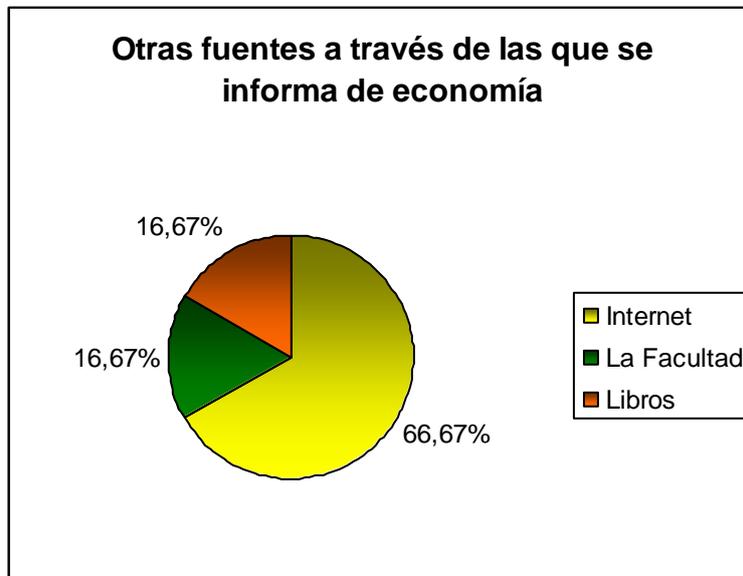


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

### Otras fuentes a través de las que se informa de economía:

Otras Fuentes	Año 2003
Internet	66,67%
La Facultad	16,67%
Libros	16,67%
Total	100,00%

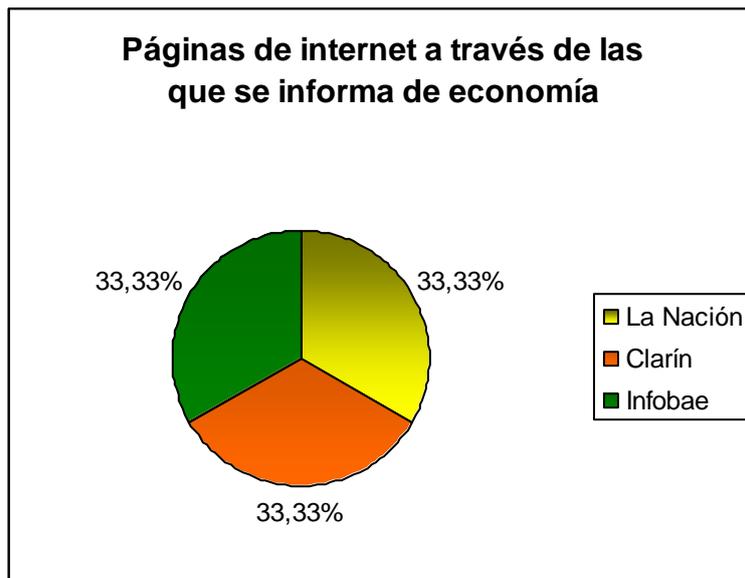
Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.



Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

Páginas de Internet a través de las que se informa de economía	Año 2003
La Nación	33,33%
Clarín	33,33%
Infobae	33,33%
Total	99,99%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

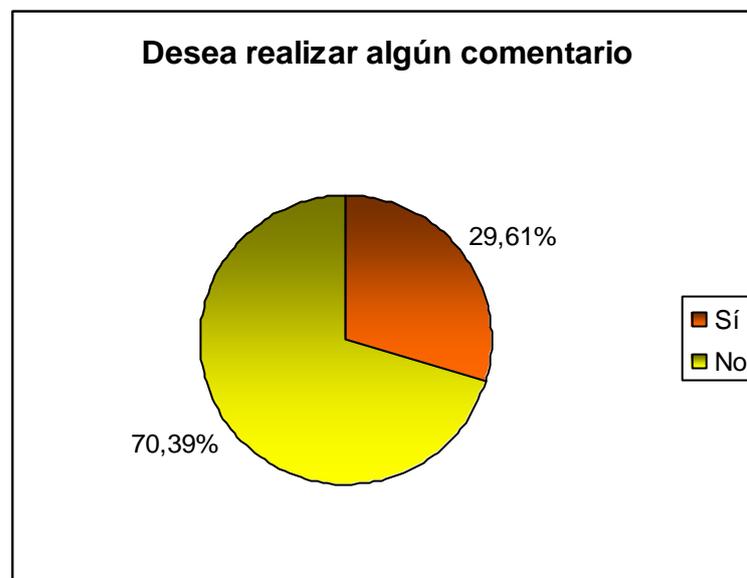


Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

#### 16. ¿Desea agregar algún comentario?

Desea realizar algún comentario	Año 2003
Sí	29,61%
No	70,39%
Total	100,00%

Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.



Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

Comentario realizado
Antes veía más programas porque tenía cable
La información económica no es muy accesible
La información publicada en diarios suele ser tediosa, muchos números y porcentajes

El tema de los desocupados no parece ser preocupante para estos medios. Si hablan de la delincuencia, la pobreza, pero no analizan las causas de estos males
No me fijo en quien escribe las notas
La información sobre economía a veces no es creíble, no coincide con lo real y muchas veces los números están dibujados
No analizan la realidad económica
En los diarios uno se informa como puede de economía aunque a veces es difícil entender de qué hablan. En la radio uno se entera de todas las noticias de forma más rápida y fácil
La revista punto a punto es muy completa
A veces no es veraz y objetivo
Leí notas de Joaquín Morales Solá pero no habla específicamente de economía
Los medios pretenden dar una imagen objetiva y veracidad, nos damos cuenta que están a favor de determinados políticos, como Fonseca que está a favor de Juez
No dan los resultados veraces para que no se produzca el caos. Nos hacen creer que estamos bien cuando en realidad no es así.
La información es buena pero no sabes hasta que punto. Es bueno escuchar muchas voces
no puedo ver muchos programas porque no tengo cable
la información sobre desempleo es escasa y muchas veces las noticias económica son inentendibles
Hubiere otros medios para informarse mejor
Es muy confusa la información
La economía tendría que cambiar para poder vivir mejor
Los medios deberían ser independientes y no influenciados
Mejor lenguaje y más objetividad
Los periodistas de Cba. intentan ser lo más didácticos que pueden
Se sienta conforme con la especialización de los periodistas de Cba.
La información está muy manipulada
Le gustaría recibir más información de tipo económica
Deberían ser más objetivos y menos influenciados los periodistas
Hoy en día todas las noticias están enfocadas desde un aspecto político
Se han abierto mucho lo están tratando bien al tema, nos están informando
Deberían ser más objetivos y menos influenciados los periodistas
Algunas informaciones parecen compradas como las de canal 9
Siempre dan lo mismo, no se preocupan por mejorar
No todos dicen la verdad
Leyó en una encuesta que dice que el 50% de las personas opina que es el estado quien debe hacerse cargo del desempleo así como de la educación y la salud
En la radio se realiza hoy en día una lectura de las noticias que aparece en el diario
Me gustaría que fueran más objetivos con el tema economía, hay sesgos ideológico
Me gustaría que los periodistas fueran más accesibles de lo que son
Los periodistas deberían ser más objetivos
Los periodistas deberían usar un lenguaje más simple y entendible
La televisión deforma totalmente la realidad
Deberían informar como hace el usuario para no caer en los negocios turbios de créditos y servicios
Deberían incluir información empresarial más precisa en los noticieros
Más información
La credibilidad debería cambiar
Falta mucha especialización de los periodistas
Los periodistas deberían ser más claros y específicos
Los periodistas tendrían que tener más especialización económica
Tendría que haber más información con respecto a la situación económica del país
Son poco objetivos los periodistas y responden a intereses
Desconocen los pueblos del norte de Córdoba, para ellos el norte es Jesús María
Tendría que ser más objetiva la información siempre hay sesgos políticos

El lenguaje de los periodistas debe ser más claro  
Deberían ser más objetivos y no tienen conocimientos específicos  
Me gustaría que hubiera una mayor participación de os jóvenes en este tema ya que es algo que nos influye de manera muy directa  
Debería haber un mayor interés sobre estos temas tan importantes  
Más transparencia en la información  
En medios gráficos me interesaría más artículos de opinión y análisis para entender mejor la información económica

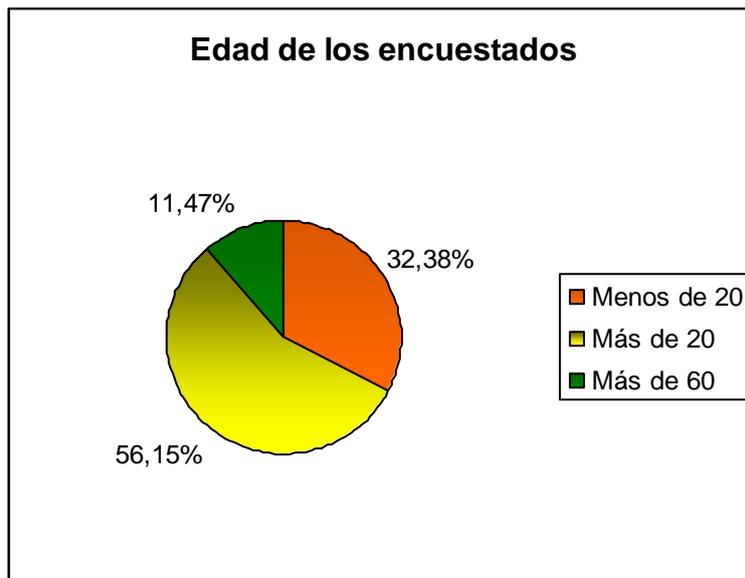
Fuente: Varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2003.

## **PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL PROCESAMIENTO DEL TOTAL DEL AÑO 2004**

### **Edad de los encuestados:**

<b>Edad</b>	<b>Total año 2004</b>
Menos de 20	32,38%
Más de 20	56,15%
Más de 60	11,47%
Total	100,00%

Fuente: FCE y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.

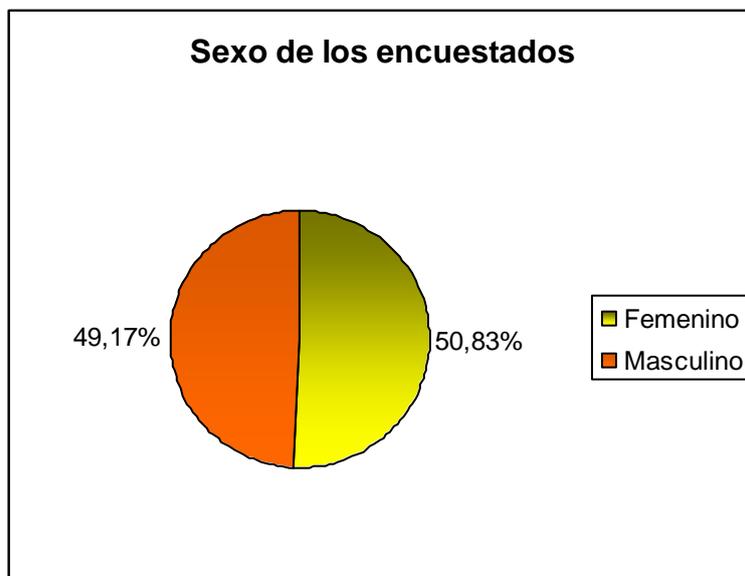


Fuente: FCE y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.

### Sexo de los encuestados:

SEXO	Total año 2004
Femenino	50,83%
Masculino	49,17%
Total	100,00%

Fuente: FCE y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.



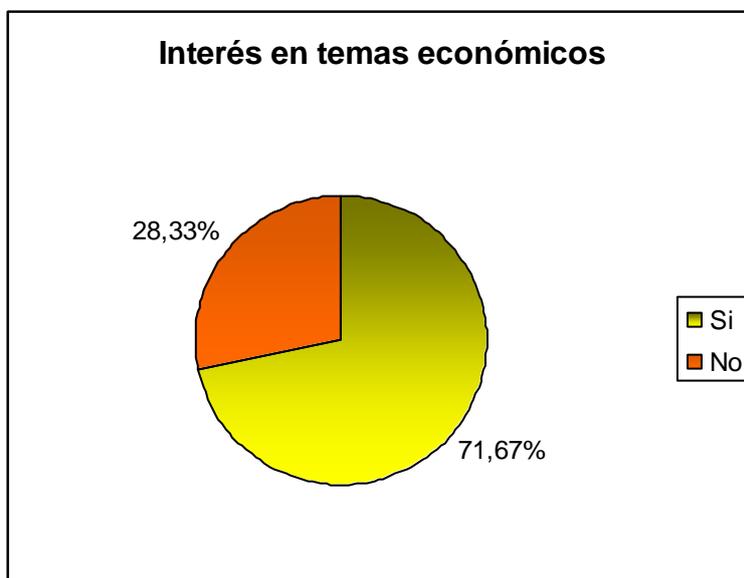
Fuente: FCE y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.

### 1. ¿Se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos?

SE	Total año
----	-----------

INTERESA	2004
Si	71,67%
No	28,33%
Total	100,00%

Fuente: FCE y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.

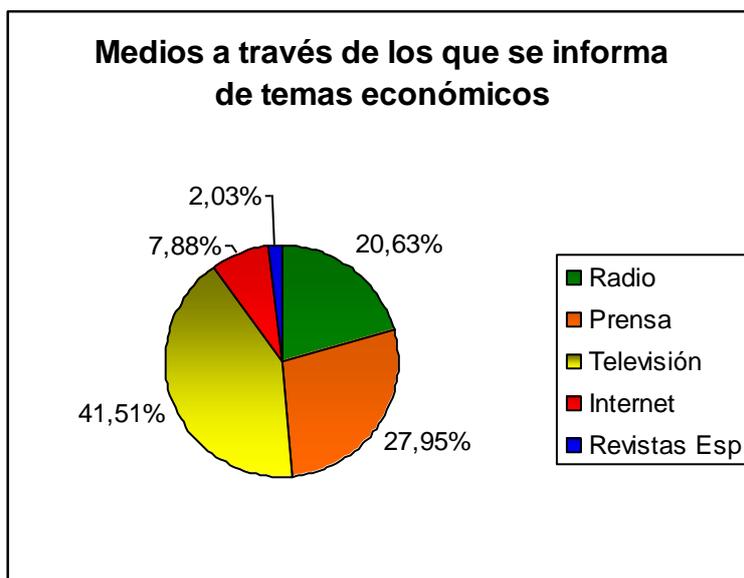


Fuente: FCE y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.

## 2. ¿A través de qué medios lo hace?

MEDIOS	Total año 2004
Radio	20,63%
Prensa	27,95%
Televisión	41,51%
Internet	7,88%
Revistas Esp	2,03%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.



Fuente: FCE y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.

**3. ¿Cuál es la prensa que lee principalmente para informarse de temas económicos?**

El orden de la Prensa es de acuerdo al nombramiento de cada uno (mayor a menor)

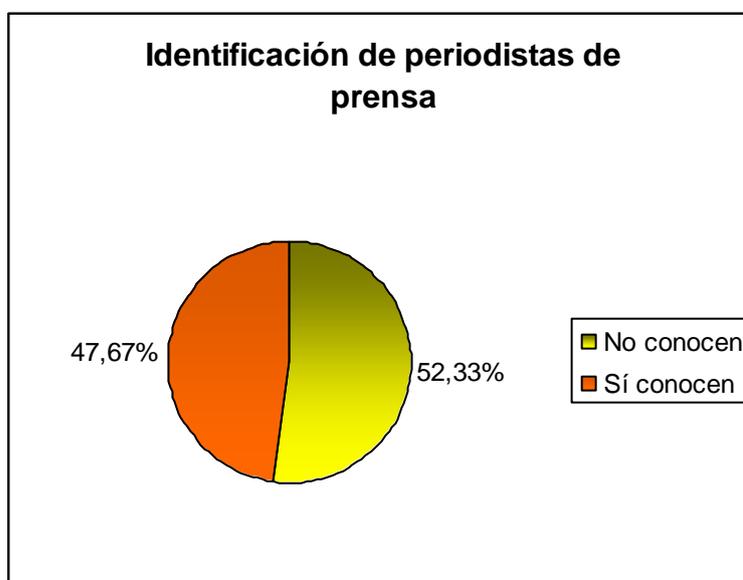
Prensa
La Voz del Interior
Clarín
La Nación
Ámbito Financiero
La Mañana de Córdoba
Día a Día
Página 12
Hoy día Córdoba

Fuente: FCE y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.

**4. De esa prensa ¿identifica algunos periodistas?**

Identifica periodistas	Total 2004
No conocen	52,33%
Sí conocen	47,67%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.



Fuente: FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.

Periodistas identificados
Scibona
Bonelli
Sanguinetti
Laborda

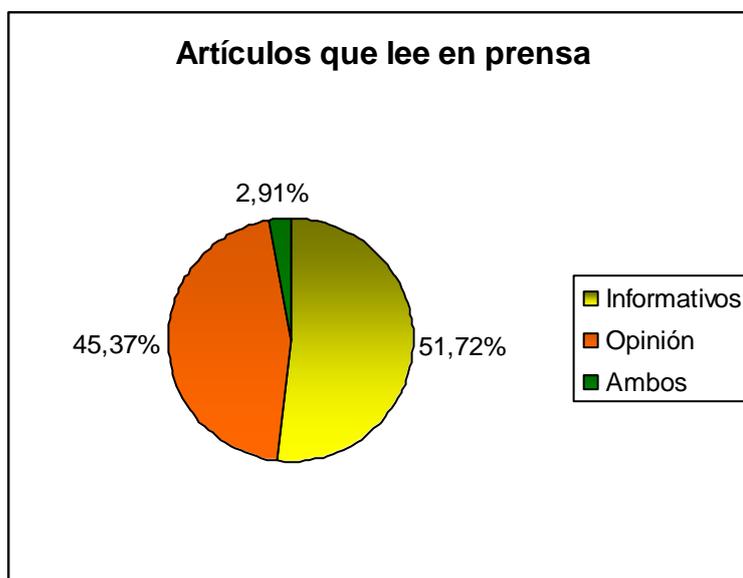
Juan Turello
Guillermo Rodriguez
Dario D`atri

Fuente: FCE y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.

**5. Los artículos que lee son:**

Artículos que lee en prensa	Total 2004
Informativos	51,72%
Opinión	45,37%
Ambos	2,91%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.



Fuente: FCE y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.

**6. ¿Está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio?**

Satisfacción con la información de prensa	Total 2004
Sí	92,01%
A veces	0,00%
No	7,99%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.



Fuente: FCE y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.

**13. ¿En qué sitios de Internet se informa sobre economía?**

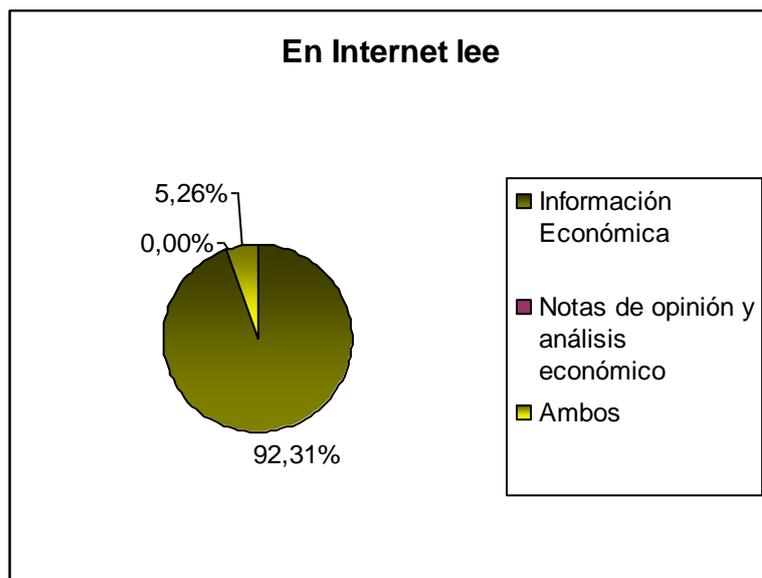
Sitios de INTERNET
clarín.com
lanaciónonline.com
lavozdelinterior.com
infobae.com
ámbitofinanciero.com
terra.com
pramer.com

Fuente: FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.

**14. En los sitios de Internet que consulta lee básicamente sobre :**

En Internet lee básicamente	Total 2004
Información Económica	92,31%
Notas de opinión y análisis económico	0,00%
Ambos	5,26%
Total	97,57%

Fuente: FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.

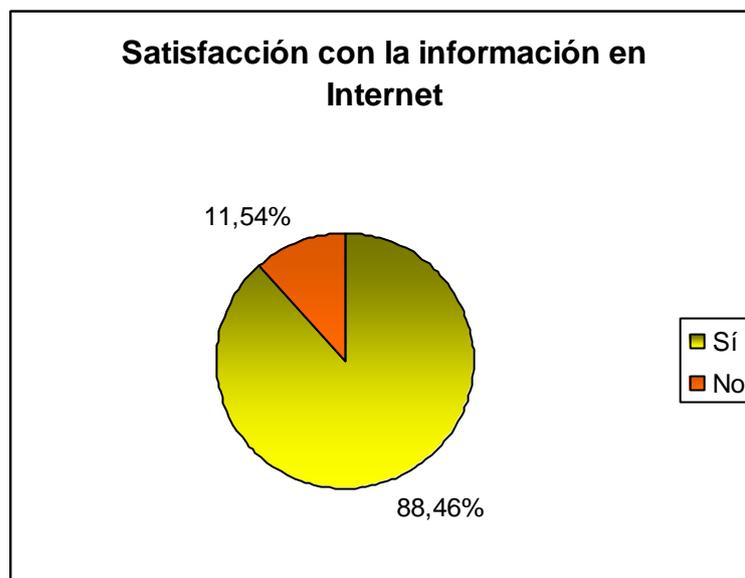


Fuente: FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.

### 16. ¿Está satisfecho con la información / análisis económico que encuentra en Internet?

Satisfacción con la información / análisis económico que encuentra en Internet	Total 2004
Sí	88,46%
No	11,54%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.



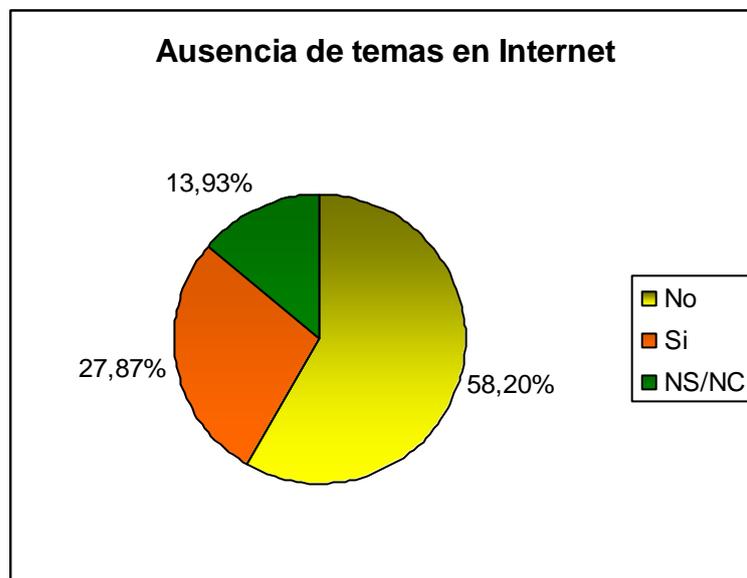
Fuente: FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.

### ¿Por qué? TEMAS QUE FALTAN

AUSENCIA DE TEMAS	Total 2004
No	58,20%

Si	27,87%
NS/NC	13,93%
Total	100,00%

Fuente: FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.

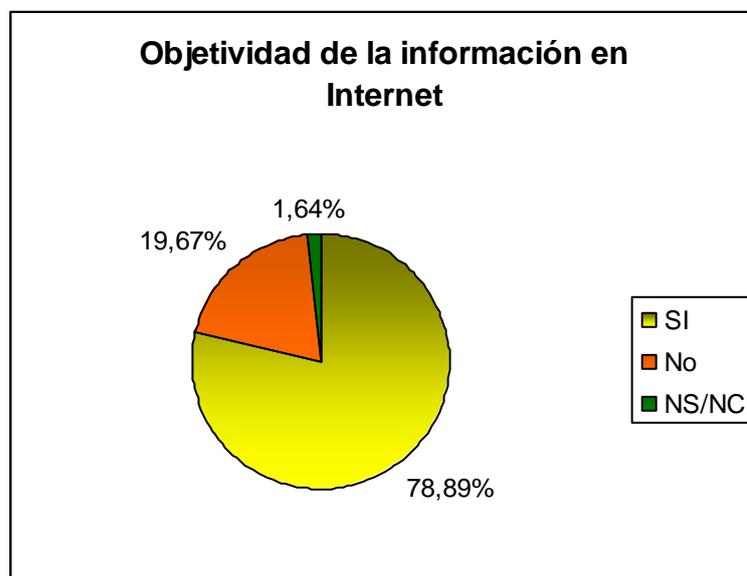


Fuente: FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.

**18. ¿Considera que la información económica en Internet, es objetiva?**

Objetividad de la Información	Total 2004
SI	78,89%
No	19,67%
NS/NC	1,64%
Total	100,20%

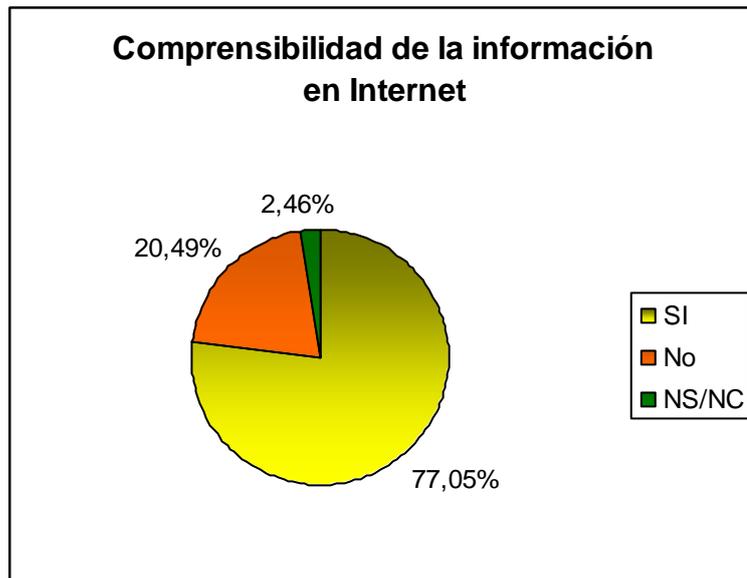
Fuente: FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.



**19. ¿Considera que la información económica en Internet es comprensible?**

Comprensibilidad de la Información	Total 2004
SI	77,05%
No	20,49%
NS/NC	2,46%
Total	100,00%

Fuente: FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.



Fuente: FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2004.

## PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL PROCESAMIENTO TOTAL DEL AÑO 2005

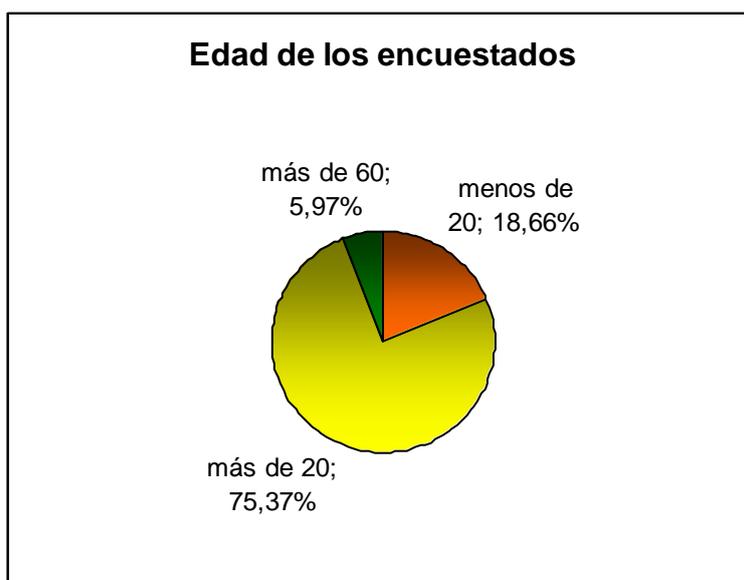
### AÑO 2005

**Zonas relevadas:** Ciudad de Córdoba, en el mes de Noviembre del año 2005.

Edad de los encuestados:

Edad	Plaza San Martín
Menos de 20	18,66%
Más de 20	75,37%
Más de 60	5,97%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.



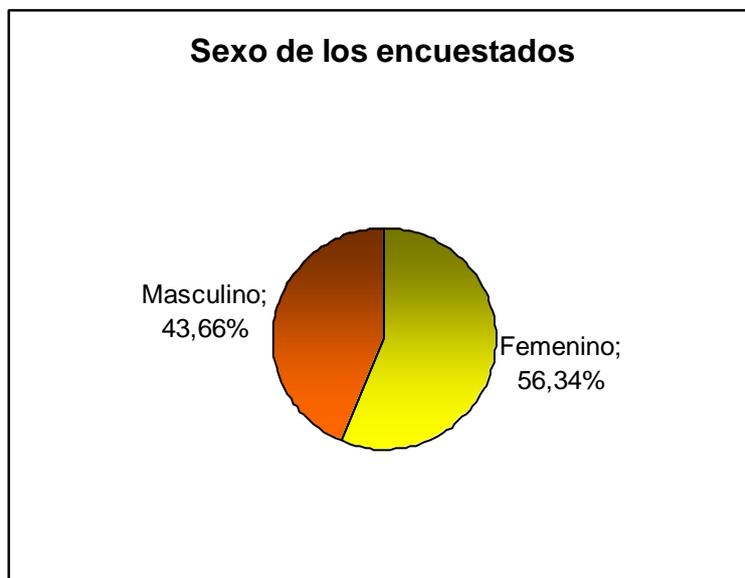
Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

Sexo de los encuestados:

SEXO	Plaza San Martín
------	------------------

Femenino	56,34%
Masculino	43,66%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.



Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005

Ocupación de los encuestados:

OCUPACIÓN	Frecuencia	PORCENTAJE
Albañil	1	0,72%
Ama de casa	17	12,23%
Chofer	3	2,16%
Comerciante	10	7,19%
Desocupado	7	5,04%
Docente	8	5,76%
Empleado	37	26,62%
Empresario	1	0,72%
Estudiante	37	26,62%
Independiente	5	3,60%
Jubilado	3	2,16%
Profesionales	4	2,88%
Otros	6	4,32%
Total	139	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005

**1. Se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos?**

SE INTERESA	Plaza San Martín
Si	64,79%
No	35,21%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005

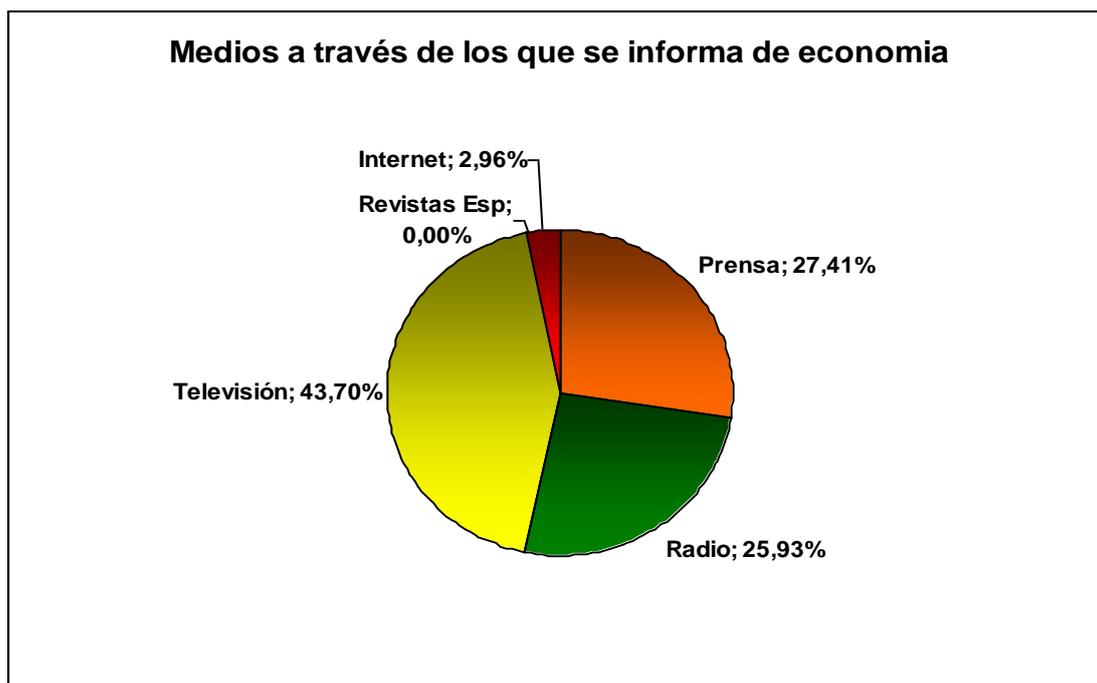


Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

**2. ¿A través de qué medios se informa sobre la economía y en particular sobre le tema del desempleo?**

MEDIOS	Plaza San Martín
Prensa	27,41%
Radio	25,93%
Televisión	43,70%
Revistas especializadas	0,00%
Internet	2,96%
Total de personas	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005



Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

3. **En caso de informarse a través de la prensa ¿Qué diario lee habitualmente?**

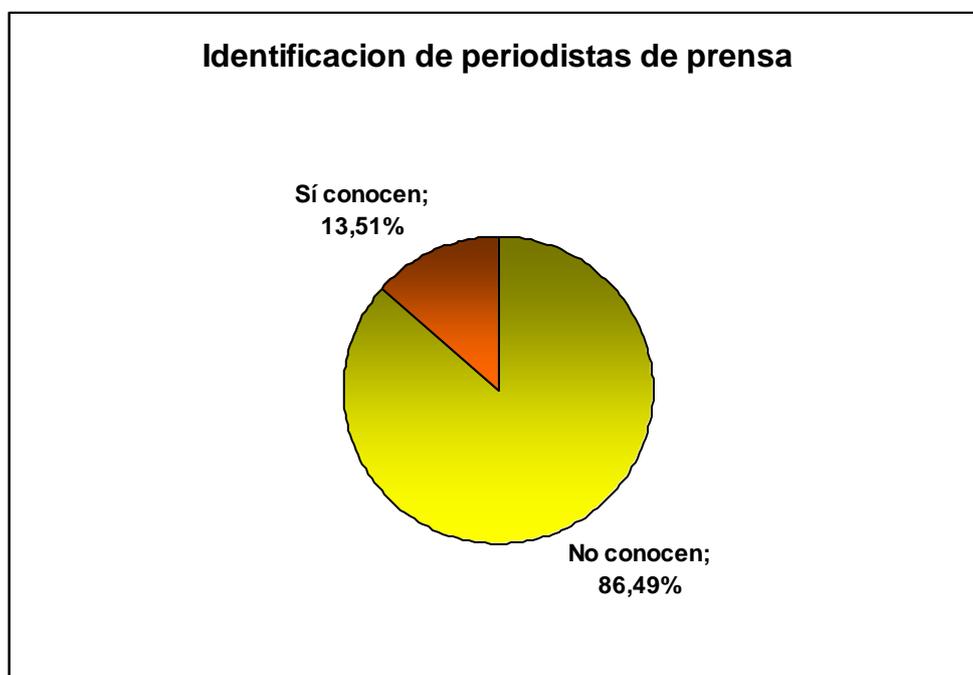
Prensa	Plaza San Martín
Ámbito Financiero	1,92%
Clarín	7,69%
Crónica	1,92%
Día a Día	11,54%
Hoy día Córdoba	3,85%
La mañana de Córdoba	3,85%
La Nación	3,85%
La Voz del Interior	59,62%
Le Monde Diplomatique	1,92%
Página 12	3,85%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

4. **¿Puede identificar a quienes escriben sobre economía y en particular sobre desempleo?**

Identifica periodistas	Plaza San Martín
No conocen	86,49%
Sí conocen	13,51%
Total de personas	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.



Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

Periodistas identificados	Plaza San Martín
Anita Muñoz	1
Claudio Fantini	1
Erik Carcaño	1
Graña	1
Marcelo Noturgiaga	1
Total	5

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

**5. ¿Está satisfecho con la información que recibe sobre economía y en particular sobre desempleo?**

Satisfecho con la información	Plaza San Martín
Sí	52,78%
No	8,33%
Más o menos	38,89%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.



Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

**6. En caso de informarse a través de la radio ¿Qué programas para informarse escucha habitualmente?**

Radio	Plaza San Martín
100,5	1
106,9	1
Aire comprimido	1
Cadena 3	1

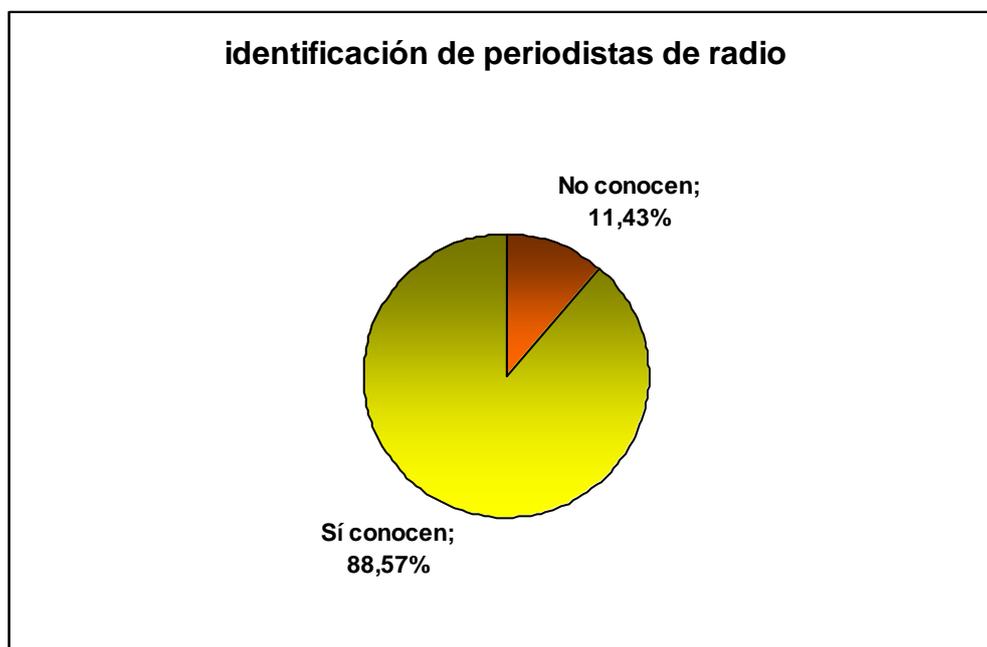
Juntos	3
La 100	5
LV 2	3
LV 3	17
Magdalena tempranísimo	3
Mario Pereyra	1
Miguel Clariá	1
Mega	2
Popular	1
Rock and Pop	1
Universidad	1
Total	41

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

**7. ¿Puede identificar a los periodistas que escucha hablar sobre economía y en particular sobre desempleo?**

Identifica periodistas	Plaza San Martín
No conocen	11,43%
Sí conocen	88,57%
Total de personas	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.



Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

Periodistas identificados de radio	
Alesia Raval	1
Cesar	1
Edgar Moreno	1
Marcelo Bonele	1
Miguel Clariá	4
Jorge Kelly	1

Jorge Martinez	3
Magdalena Ruiz Guiñazú	3
Miguel Clariá	5
Mario Pereyra	11
Mario Pergolini	1
Roberto Petinato	4
R. Vargas	9
Tomás mendez	1
Total	46

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

**8. ¿Está satisfecho con la información que recibe sobre economía y en particular sobre desempleo?**

Satisfecho con la información	Plaza San Martín
Sí	74,29%
No	11,43%
Más o menos	14,29%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.



Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

**9. En caso de informarse a través de la televisión ¿qué programas de televisión para informarse ve habitualmente?**

Programas de TV	Frecuencia	Porcentaje
Arriba Córdoba	9	12,00%
Canal 12	6	8,00%
Canal 8	1	1,33%
Crónica	3	4,00%
Crónica 10	1	1,33%
CVN	1	1,33%
Diario de media noche	1	1,33%
Economía y mundo	1	1,33%
El show de la mañana	1	1,33%

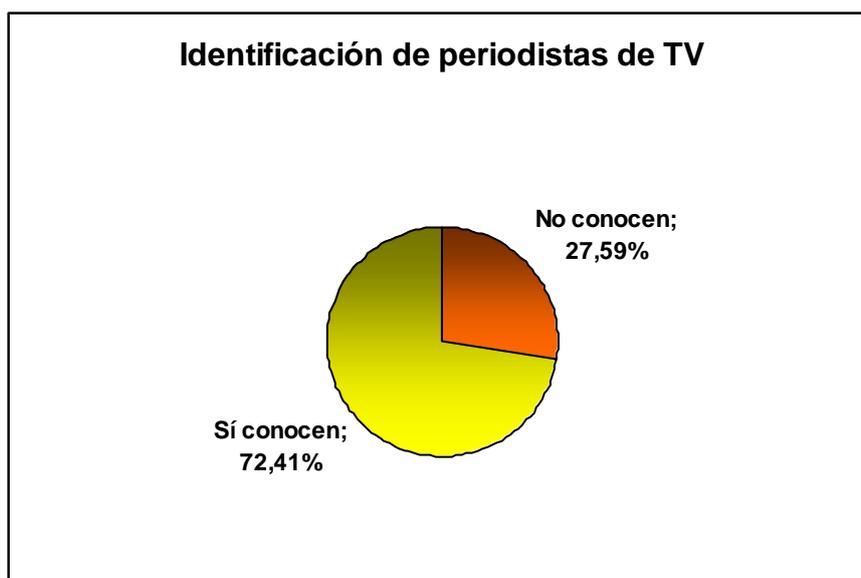
Hora Clave	3	4,00%
Info Tv	2	2,67%
Infonegocios	3	4,00%
Mariano Grondona	1	1,33%
<b>Noticieros</b>	<b>21</b>	<b>28,00%</b>
Noticiero 12	6	8,00%
Telenoche	7	9,33%
Telecho noticias	8	10,67%
Total	75	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

**10. ¿Puede identificar a los periodistas a cargo de esos programas sobre economía y en particular sobre desempleo?**

Identifica periodistas	Plaza San Martín
No conocen	27,59%
Sí conocen	72,41%
Total de personas	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.



Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

Periodistas identificados de TV	Frecuencia	Porcentaje
Augusto López	1	1,75%
Escudero	1	1,75%
Fabiana del Prá	1	1,75%
Gerardo López	3	5,26%
Graña	1	1,75%
Gustavo Tobi	2	3,51%
Jorge Cuadrado	17	29,82%
Jorge Martines	3	5,26%
Juan Turelo	2	3,51%
Lalo Freyre	12	21,05%
Mariano Grondona	4	7,02%

Miguel Clariá	2	3,51%
Néstor López	1	1,75%
Néstor Pérez	3	5,26%
Oswaldo Granados	1	1,75%
Rebeca Bortoleto	3	5,26%
Total	57	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

**11. ¿Está satisfecho con la información que recibe sobre economía y en particular sobre desempleo?**

Satisfecho con la información de TV	Plaza San Martín
Sí	70,18%
No	8,77%
Más o menos	21,05%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.



Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

**12. En caso de informarse a través de Internet ¿Qué páginas consulta habitualmente?**

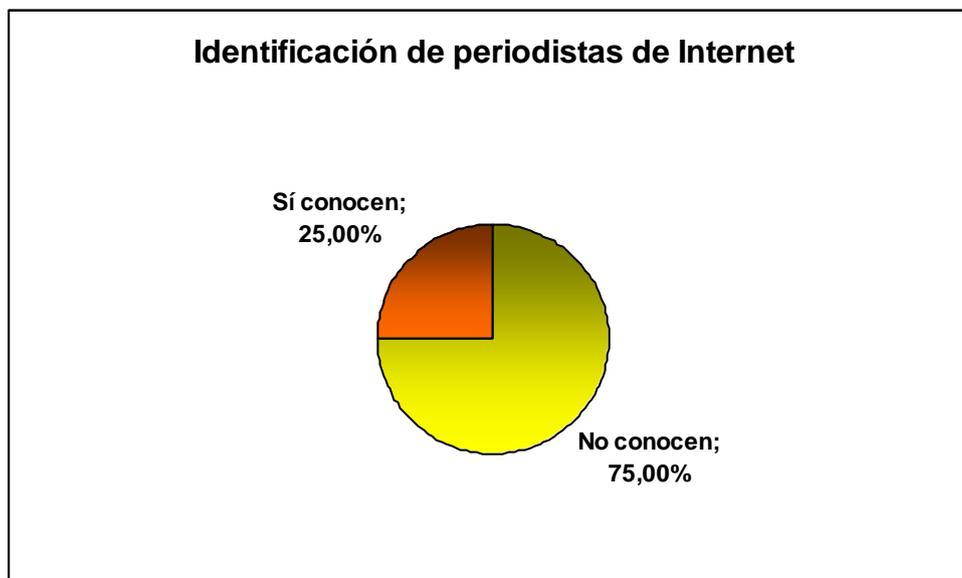
Páginas de Internet	Frecuencia	Porcentaje
cadena (CVN)	1	33,33%
La voz	2	66,67%
Total	3	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

**13. ¿Puede identificar a los periodistas que escriben sobre economía y en particular sobre desempleo?**

Identificación de periodistas de Internet	Plaza San Martín
No conocen	75,00%
Sí conocen	25,00%
Total de personas	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.



Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

Periodistas identificados de Internet	Frecuencia	Porcentaje
Walter Grufin	1	100,00%
Total	57	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

**14. ¿Está satisfecho con la información que recibe sobre economía y en particular sobre desempleo?**

Satisfecho con la información de Internet	Plaza San Martín
Sí	100,00%
No	0,00%
Más o menos	0,00%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

**15. ¿Desearía agregar algún comentario?**

Desea agregar algún comentario	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	15,22%
No	78	84,78%
Total	92	100,00%

Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.



Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

<b>Comentarios realizados</b>
La información recibida es muy superficial y lenta
Deberían pasar más información económica y con más claridad,
El diario debería ser más extenso y completo
Hay que agarrar con piensas lo que cuentan, no son objetivos
Información más entendible y fácil de comprender.
La información es muy superficial
No tocan todos los temas que interesan y se expresan en un lenguaje difícil
De una manera más amplia y clara
Siempre dicen la verdad
A veces trabajan mal el vocabulario, es muy complejo
La información es parcializada y responde solamente a un enfoque económico
Es desempleo en general porque le gobierno administra mal.
Los periodistas hablan de lo que les conviene
El diario al ser chiquito no es muy extenso en los diferentes temas que trata

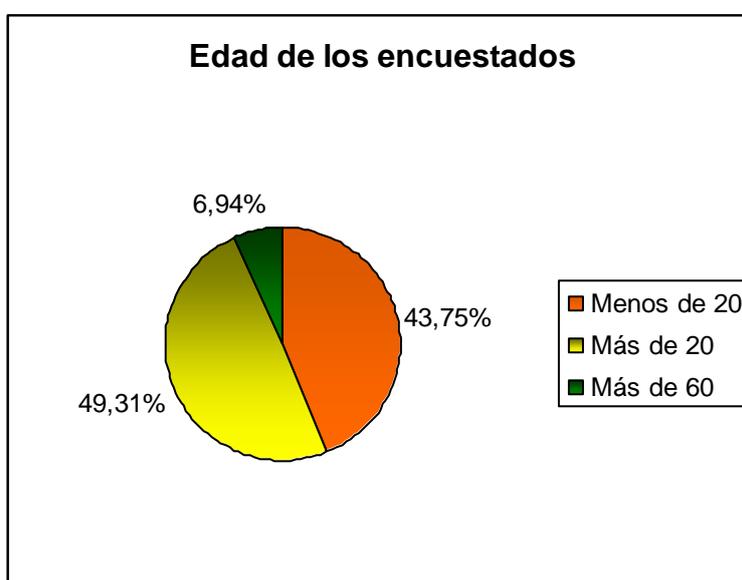
Fuente: Plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2005.

## PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL PROCESAMIENTO TOTAL DEL AÑO 2006

### Edad de los encuestados:

Edad	Total 2006
Menos de 20	43,75%
Más de 20	49,31%
Más de 60	6,94%
Total	100,00%

Fuente: ECI -Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

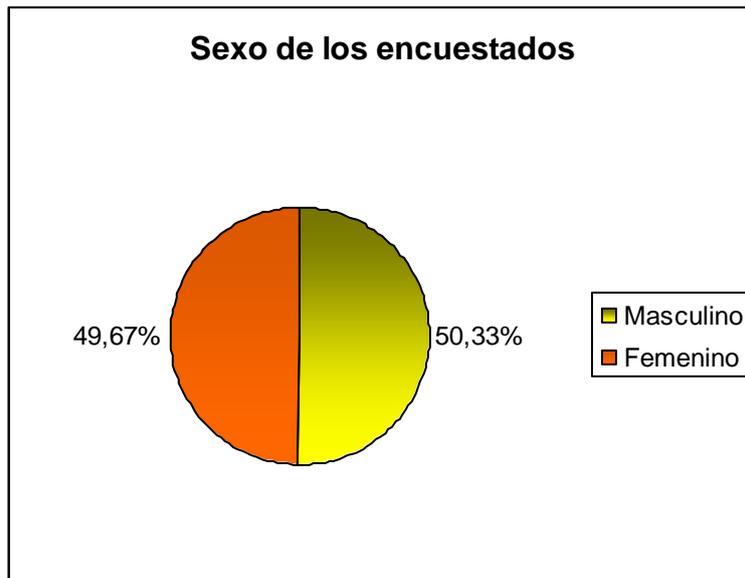


Fuente: ECI -Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

### Sexo de los encuestados:

SEXO	Total 2006
Masculino	50,33%
Femenino	49,67%
Total	100,00%

Fuente: Patio Olmos y varias zonas -Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.



Fuente: Patio Olmos y varias zonas -Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

**7. ¿Se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos?**

SE INTERESA	Total 2006
Si	67,21%
No	32,79%
Total	100,00%

Fuente: ECI, Patio Olmos y varias zonas - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

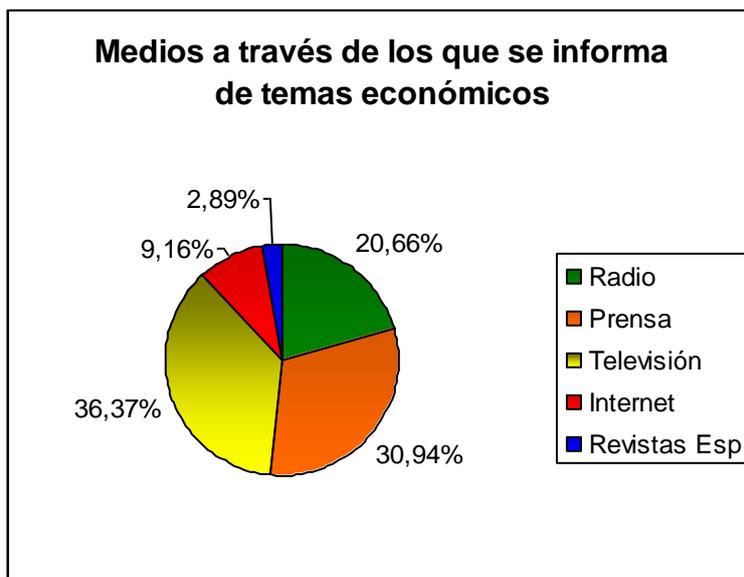


Fuente: ECI, Patio Olmos y varias zonas - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

**8. ¿A través de qué medios lo hace?**

MEDIOS	Total 2006
Radio	20,66%
Prensa	30,94%
Televisión	36,37%
Internet	9,16%
Revistas Esp	2,89%
Total de personas	100,02%

Fuente: ECI, Patio Olmos y varias zonas - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.



Fuente: ECI, Patio Olmos y varias zonas - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

### 3. ¿Cuál es la prensa que lee principalmente para informarse de temas económicos?

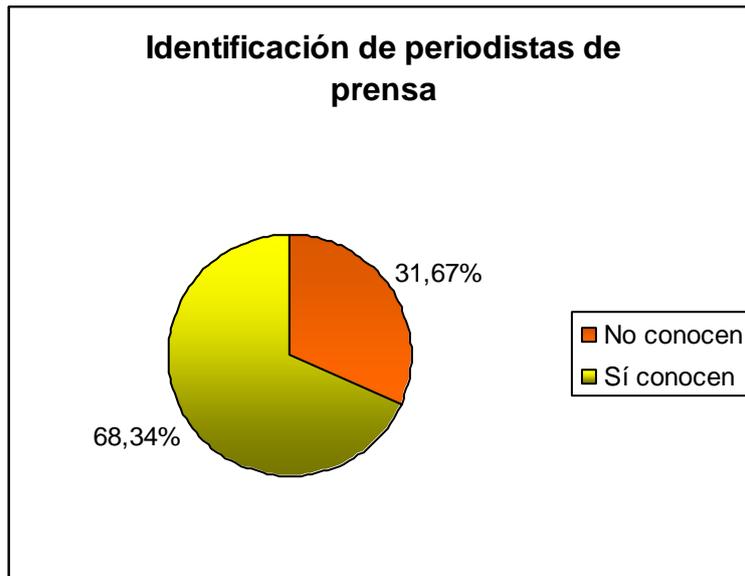
Prensa
La Voz del Interior
La Nación
Clarín
La Mañana de Córdoba
Página 12
Hoy día Córdoba

Fuente: ECI y varias zonas - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

### 4. De esa prensa ¿identifica algunos periodistas?

Identifica periodistas	Total año 2006
No conocen	31,67%
Sí conocen	68,34%
Total de personas	100,01%

Fuente: Varias zonas - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

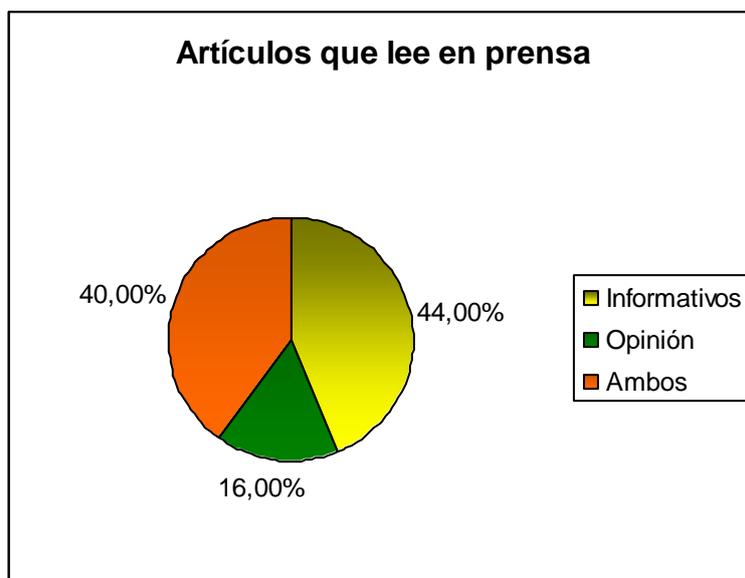


Fuente: Varias zonas - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

#### 5. Los artículos que lee son:

ARTÍCULOS	Total 2006
Informativos	44,00%
Opinión	16,00%
Ambos	40,00%
Total de personas	100,00%

Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.



Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

#### 5. ¿Está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio?

Satisfecho con la información	Total 2006
Sí	30,00%
A veces	60,00%
No	10,00%
Total de personas	100,00%

Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.



Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

### 13. ¿En qué sitios de Internet se informa sobre economía?

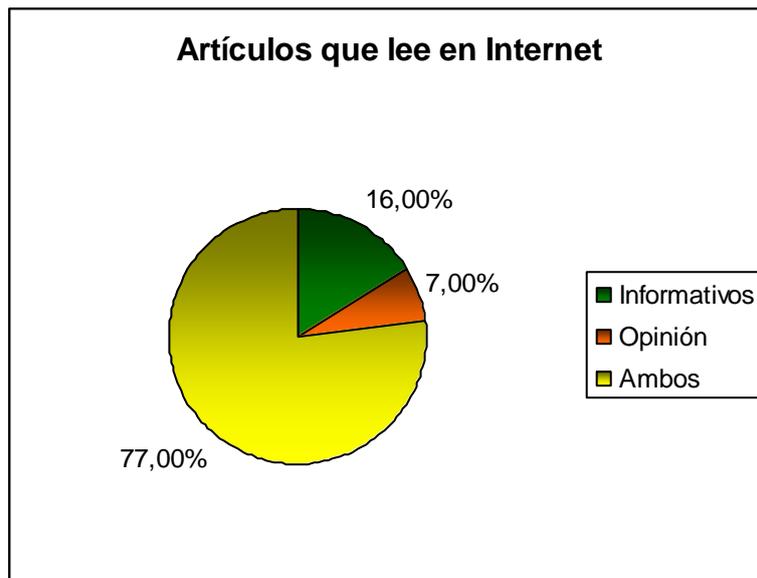
Sitios de INTERNET
De diarios
infobae.com

Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

### 14. En los sitios de Internet que consulta lee básicamente sobre:

En Internet consulta	Total 2006
Informativos	16,00%
Opinión	7,00%
Ambos	77,00%
Total de personas	100,00%

Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

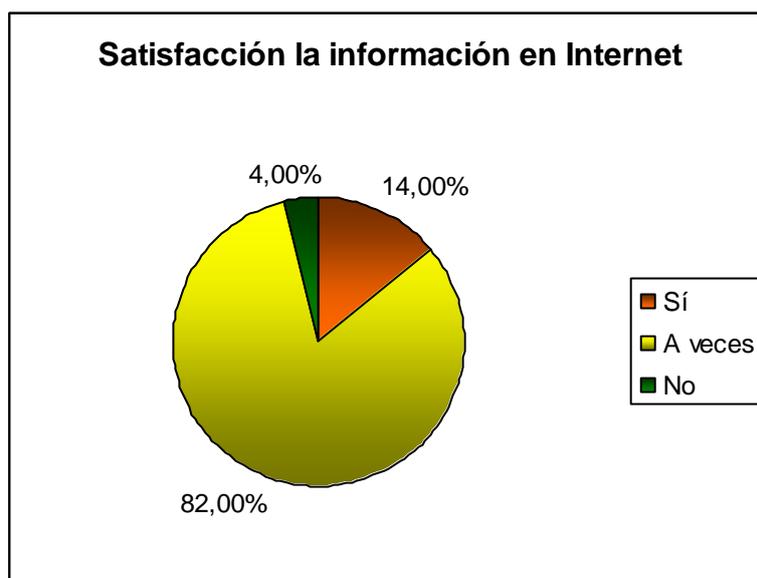


Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

**15. Esta satisfecho con la información / análisis económico que encuentra en Internet?**

Satisfecho con la información en Internet	Total 2006
Sí	14,00%
A veces	82,00%
No	4,00%
Total de personas	100,00%

Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.



Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

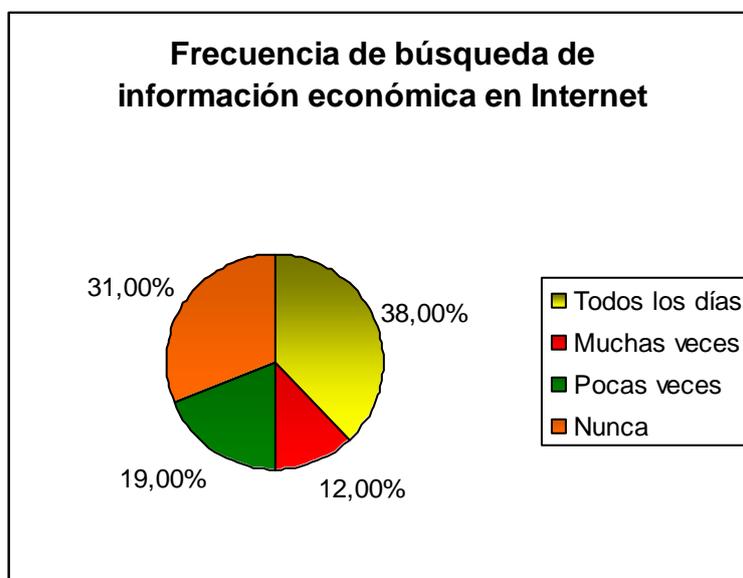
Porque
Alguna ideología
Subjetividad del periodista
Línea editorial
Beneficio de algún sector

Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

### 16. ¿Con qué frecuencia busca información económica en Internet?

Frecuencia con que busca información económica en Internet	Total 2006
Todos los días	38,00%
Muchas veces	12,00%
Pocas veces	19,00%
Nunca	31,00%
Total	100,00%

Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

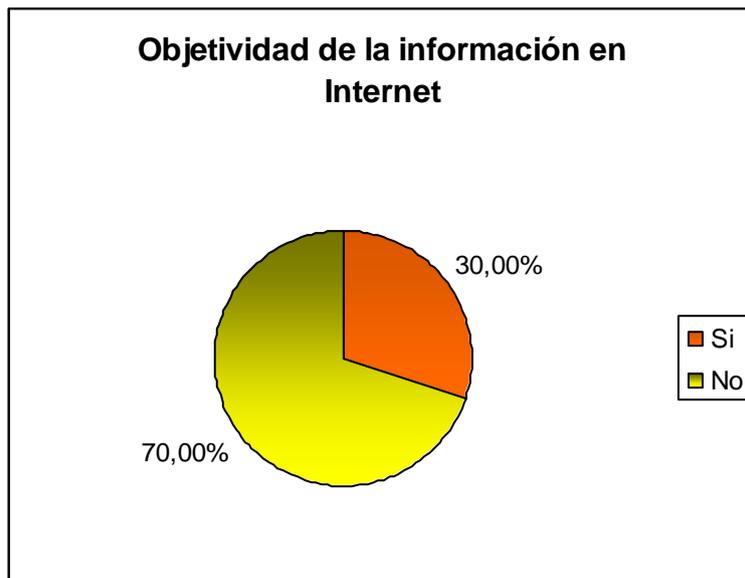


Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

### 17. Considera que la información económica en Internet, ¿es objetiva?

Objetividad de la información en Internet	Total año 2006
Si	30,00%
No	70,00%
Total	100,00%

Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

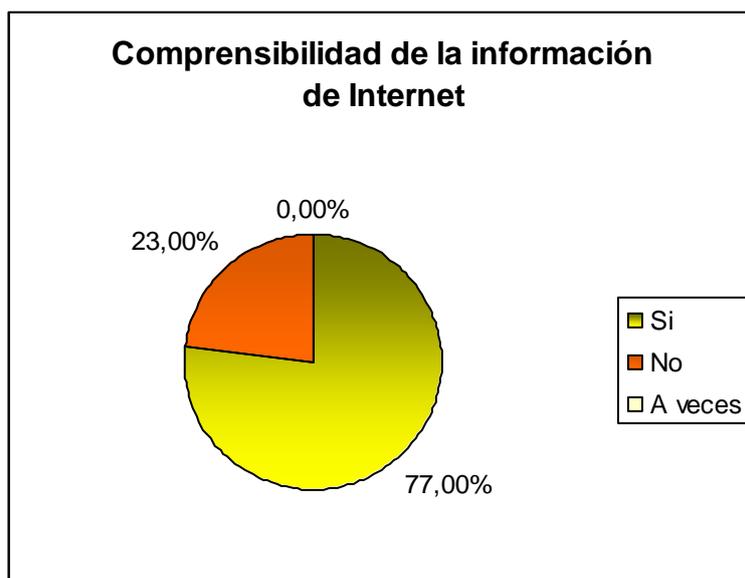


Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

### 18. ¿Considera que la información económica en Internet es comprensible?

Comprensibilidad de la información en Internet	Total año 2006
Si	77,00%
No	23,00%
A veces	0,00%
Total	100,00%

Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.



Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

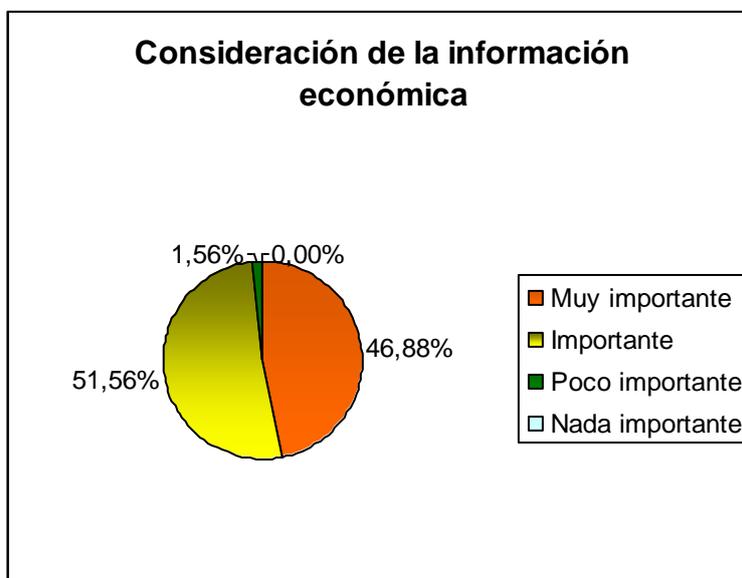
Porque
Alguna ideología siempre tiene
La subjetividad del periodista
La línea editorial
El beneficio de algún sector

Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

## 20. ¿Considera a la información económica importante?

Consideración	Total 2006
Muy importante	46,88%
Importante	51,56%
Poco importante	1,56%
Nada importante	0,00%
Total	100,00%

Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.



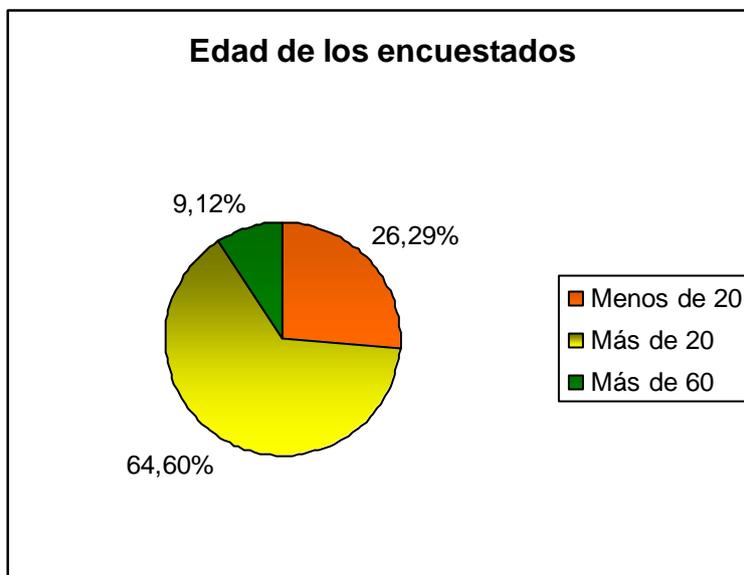
Fuente: ECI - Noviembre 2006 – Ciudad de Córdoba.

## PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL PROCESAMIENTO TOTAL DEL AÑO 2007

### Edad de los encuestados:

Edad	Total 2007
Menos de 20	26,29%
Más de 20	64,60%
Más de 60	9,12%
Total	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

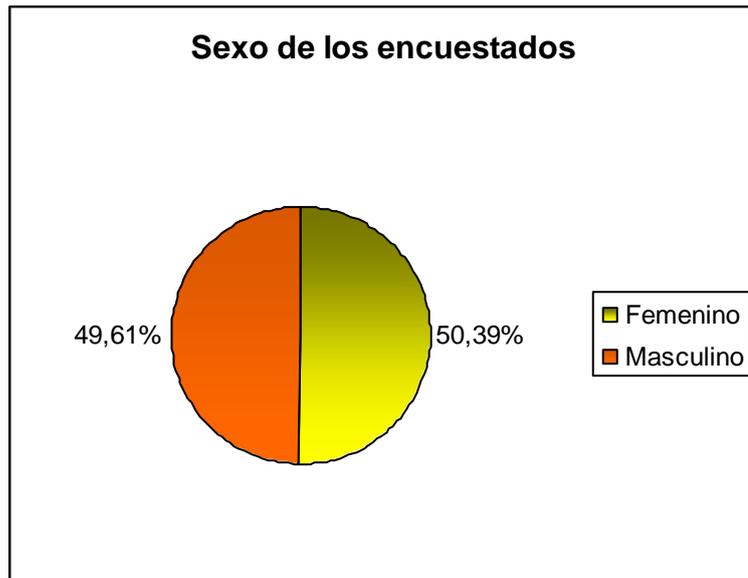


Fuente: FCE, ECI, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

### Sexo de los encuestados:

SEXO	Total 2006
Femenino	50,39%
Masculino	49,61%
Total	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

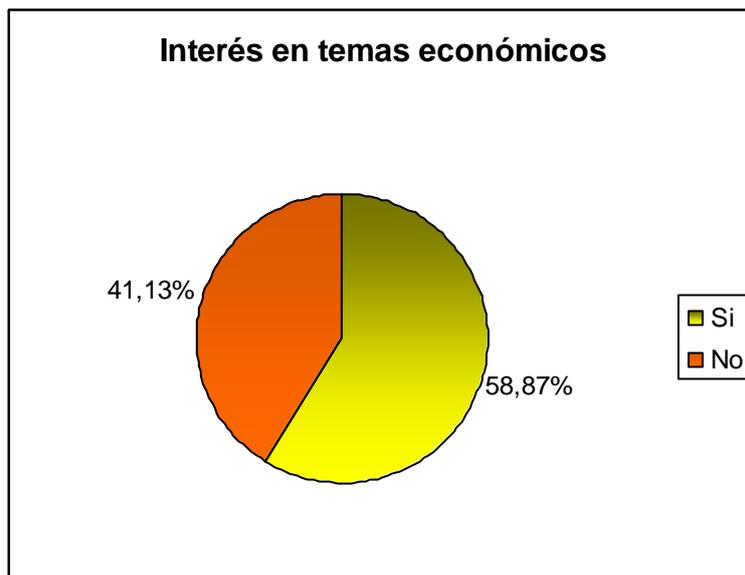


Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

**9. ¿Se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos?**

Se interesa en temas económicos	Total 2007
Si	58,87%
No	41,13%
Total	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

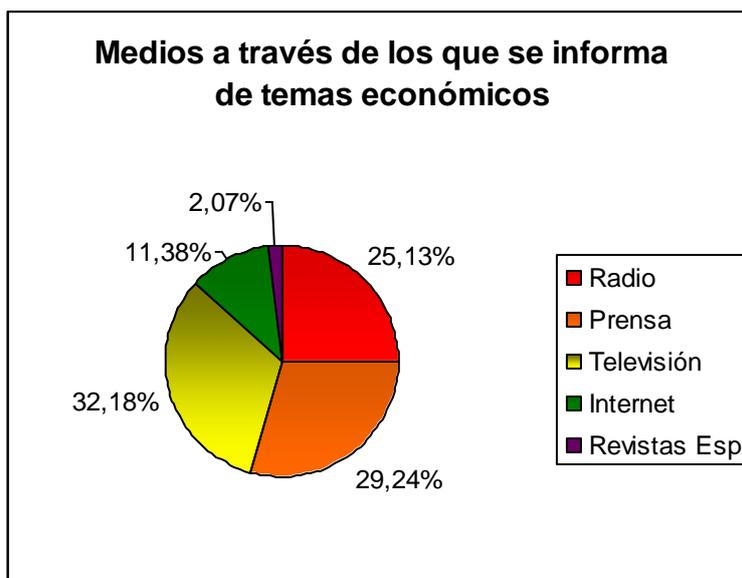


Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

**10. ¿A través de qué medios lo hace?**

Medios a través de los que se informa de temas económicos	Total 2007
Radio	25,13%
Prensa	29,24%
Televisión	32,18%
Internet	11,38%
Revistas Esp.	2,07%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.



Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

**11. ¿Cuál es la prensa que lee principalmente para informarse de temas económicos?**

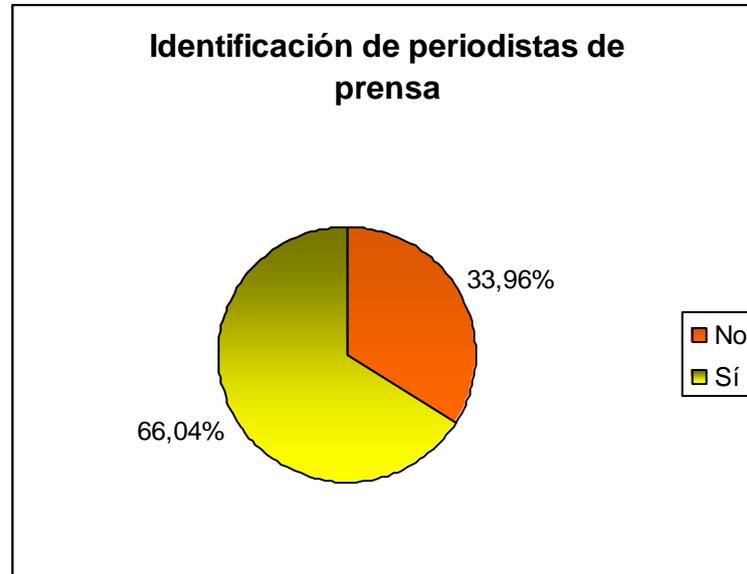
Prensa
La Voz del Interior
La Nación
Clarín
Ámbito Financiero
La Mañana de Córdoba
Página 12
El economista
Perfil
Comercio y Justicia
El País
IECO
El Socialista
Le Monde Diplomatic
Revista Noticias

Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

**12. De esa prensa ¿identifica algunos periodistas?**

Identifica periodistas	Total 2007
No	33,96%
Sí	66,04%
Total	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.



Fuente: FCE, ECI, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

### ¿A quienes?

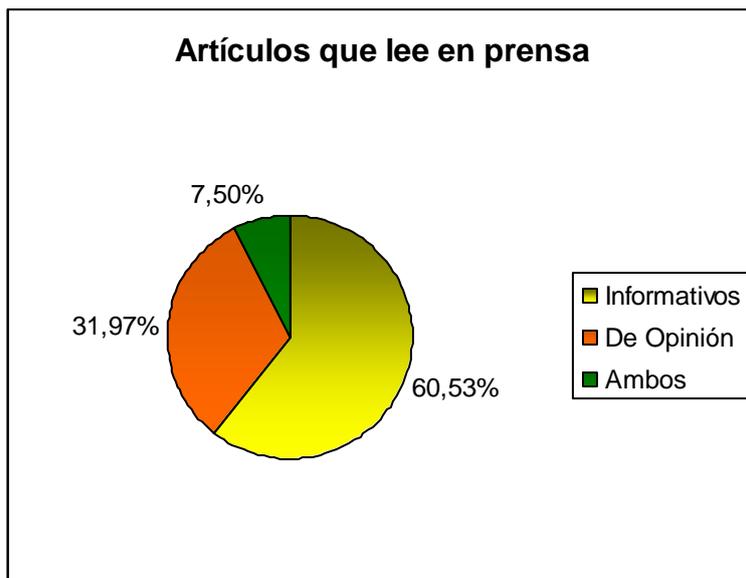
Periodistas identificados de prensa
Juan Turello
Jorge Lanata
Pontevechia
Javier Blanco
Bartolome Mitre
Morales Solá
Nestor Scibona
Mariano Grondona
Oliver Galak
Silvia Stang
Eric Calcagno
Julio Suarez
Carlos Gabeta
Sonia Gonzalez Tuello
Daniel Munchnik
Bataglino
Mendez
Maria Odonel
Jaimes Nelson
Luis Erioto
Marcelo Canton

Fuente: FCE, Zona Bancaria y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

**13. Los artículos que lee son:**

Artículos que lee en prensa	Total 2007
Informativos	60,53%
De Opinión	31,97%
Ambos	7,50%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.



Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

**14. ¿Está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio?**

Satisfacción con respecto a la información	Total 2007
Sí	75,45%
A veces	0,00%
No	24,52%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

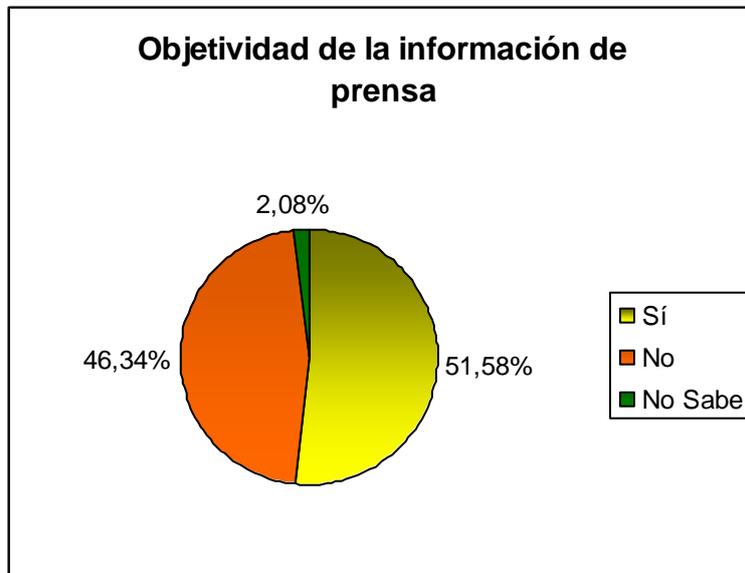


Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

### 15. Considera que la información económica en esos diarios, ¿es objetiva?

Objetividad de la información en la prensa	Total 2007
Sí	51,58%
No	46,34%
No Sabe	2,08%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.



Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

### ¿Por qué?

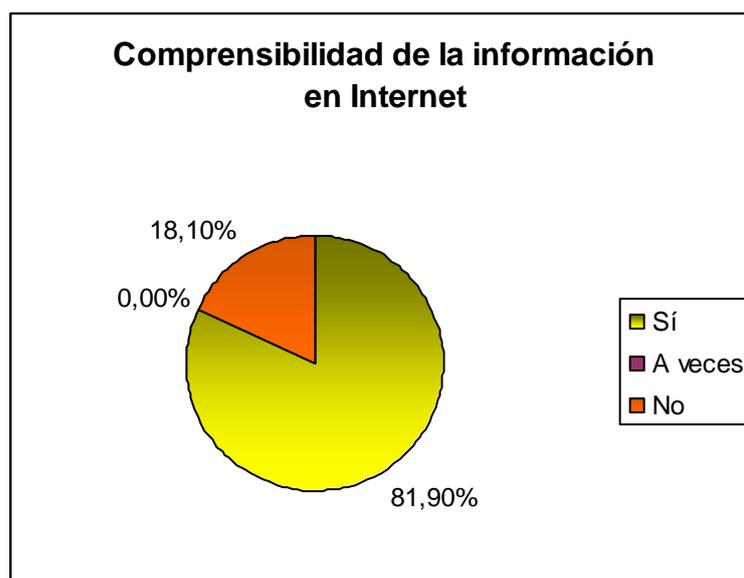
Porque Si	Porque No
La información refleja lo que en la realidad sucede	Ningún medio es objetivo
Hablan de lo actual la inflación	Aplica mucho su opinión
Refleja la realidad	Cada autor escribe en base a sus pensamientos
Son claros y concisos	Es tendenciosa
No emiten opinión y no hay tendencias	Se ocupan mucho del gobierno
Refleja lo que se ve en la realidad	La objetividad es imposible de lograr
Dicen la verdad	Intereses de políticos y personales tergiversan la información
Periodista comprometidos	
No considero que los autores se dejen influenciar	
Respeto el discurso mediático general	
Brinda información precisa	

Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

**16. ¿Considera que la información o el análisis económico en esos diarios es comprensible?**

Comprensibilidad con respecto a la información	Total 2007
Sí	81,90%
A veces	0,00%
No	18,10%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.



Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

**¿Por qué?**

Porque Sí	Porque No	Porque A veces
La redacción es óptima, no carece de falta de coherencia, por ende es comprensible y fácil de analizar	Utilizan términos muy avanzados	Depende del nivel de instrucción del lector
Usan palabras de fácil comprensión	Porque se necesita vocabulario específico para interpretar correctamente información Vocabulario incomprensibles	Complejidad de temas
No utiliza una explicación compleja del tema A medida que voy aprendiendo mas materias comprendo mas Tratan de usar términos no tan técnicos Usan un lenguaje técnico pero se adecuan a los conocimientos básicos de la sociedad Está expresada con lenguaje técnico Standard A pesar de no ser ecuánime, es claro, pero tendenciosa	Complejidad de temas	
	El contenido Lenguaje didáctico Fácil de entender Información clara Porque es clara y tiene buena redacción Porque está hecha para todo tipo de público No utiliza lenguaje técnico	

### 10. ¿Que temas económicos considera que están ausentes en esos diarios?

**Temas ausentes**  
 Comercio exterior  
 Cambios económicos en todo el país  
 Desocupación y mercado externo  
 Monedas  
 Elección de los economistas  
 Índices (INEC)  
 Presupuesto educativo  
 Distribución del ingreso  
 Efectos a largo plazo, alternativas  
 Canasta familiar y precios  
 Economía clase media  
 Inflación  
 Economía de sectores pobres  
 Economía internacional  
 Economía Doméstica  
 Impuestos

### 13. ¿En qué sitios de Internet se informa sobre economía?

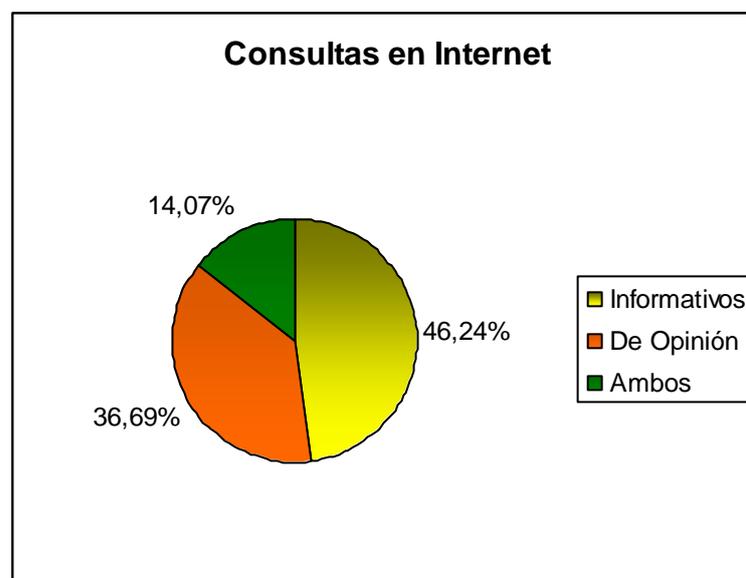
Sitios de Internet en los que se informa sobre economía
La Voz
Diarios Internacionales

Clarín
Cadena 3
Minuto
Ámbito financiero
INDEC
La Nación
Google
theeconomist.com
infobae.com
Ministerio de Finanzas
economiaparatodos.com.ar
CNN
elcronista.com
ft.com
Portadas de diarios
washingtonpost.com
unceco.edu.ar

14. En los sitios de Internet que consulta lee básicamente sobre :

En Internet consulta	Total 2007
Informativos	46,24%
De Opinión	36,69%
Ambos	14,07%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.



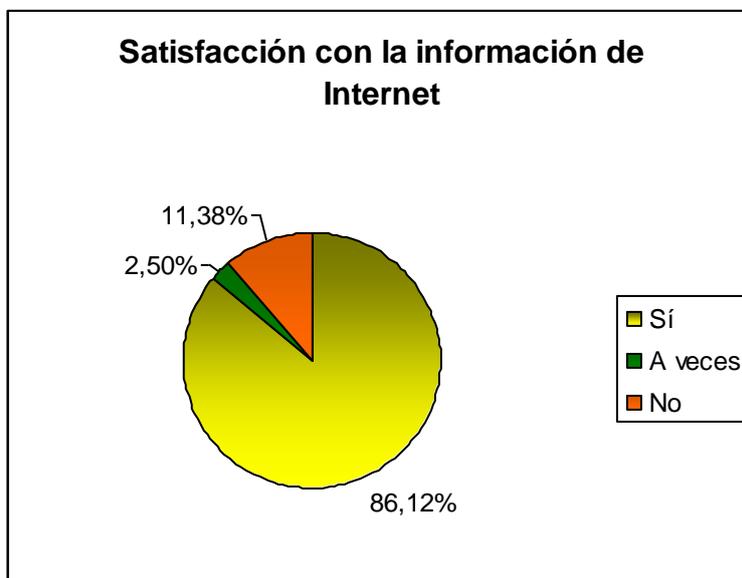
Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

15. Esta satisfecho con la información / análisis económico que encuentra en Internet?

Satisfacción con respecto a la información de Internet	Total 2007
--	------------

Sí	86,12%
A veces	2,50%
No	11,38%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

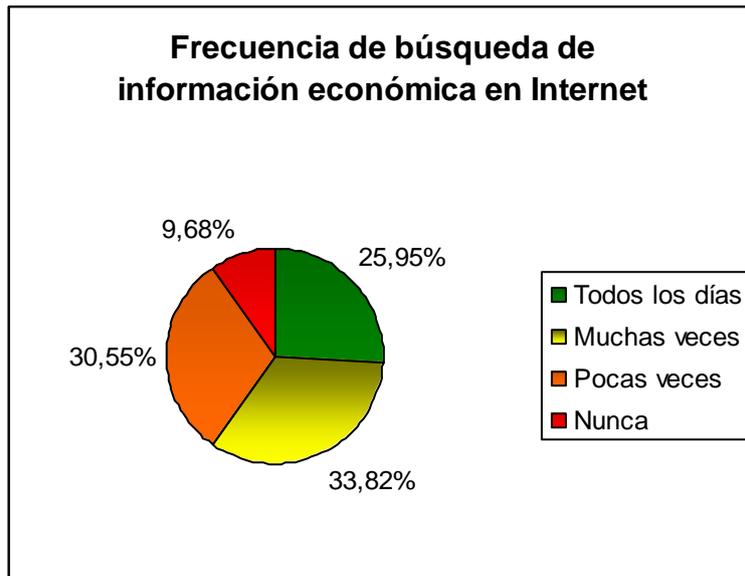


Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

## 16. ¿Con qué frecuencia busca información económica en Internet?

Frecuencia de búsqueda de información económica en Internet	Total 2007
Todos los días	25,95%
Muchas veces	33,82%
Pocas veces	30,55%
Nunca	9,68%
Total	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

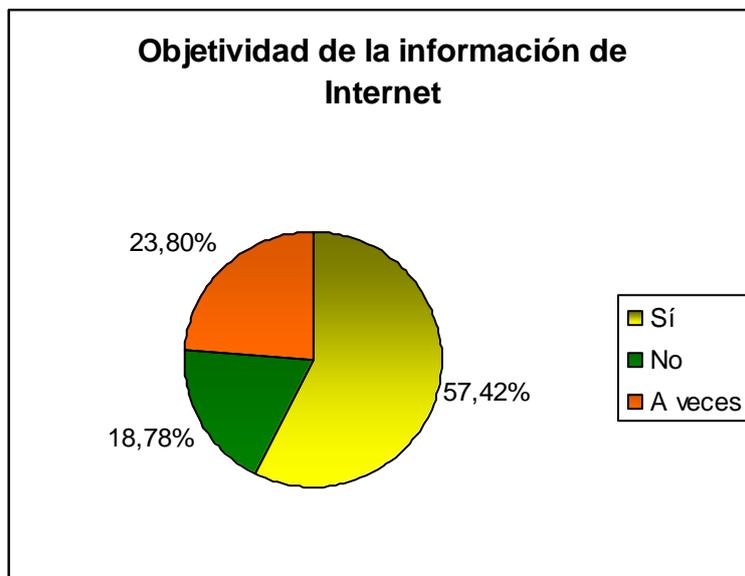


Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

### 18. Considera que la información económica en Internet, ¿es objetiva?

Objetividad de la información en la prensa	Total 2007
Sí	57,42%
No	18,78%
A veces	23,80%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.



Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

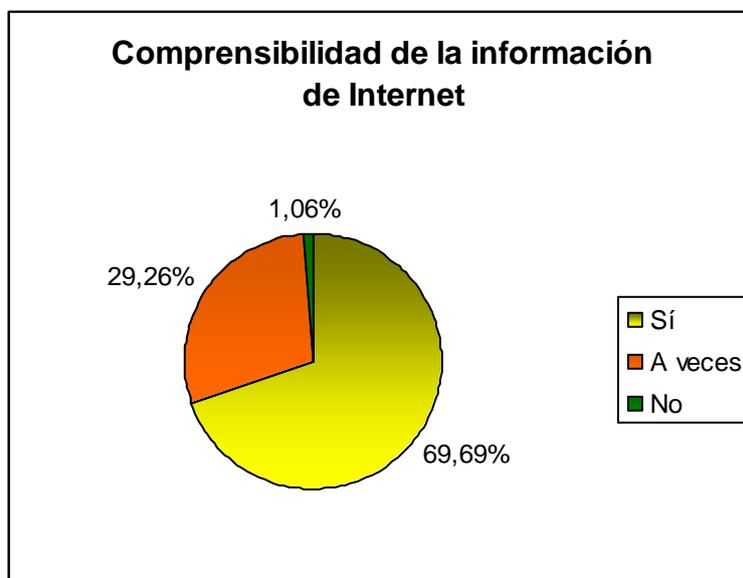
¿Por qué?

Porque Si	Porque No
Clara y de dominio público	Depende de la subjetividad del periodista
Lectura crítica	Son tendenciosas
	Difícil de lograr objetividad

**19. ¿Considera que la información económica en Internet es comprensible?**

Comprensibilidad de la información de Internet	Total 2007
Sí	69,69%
A veces	29,26%
No	1,06%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.



Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

**¿Por qué?**

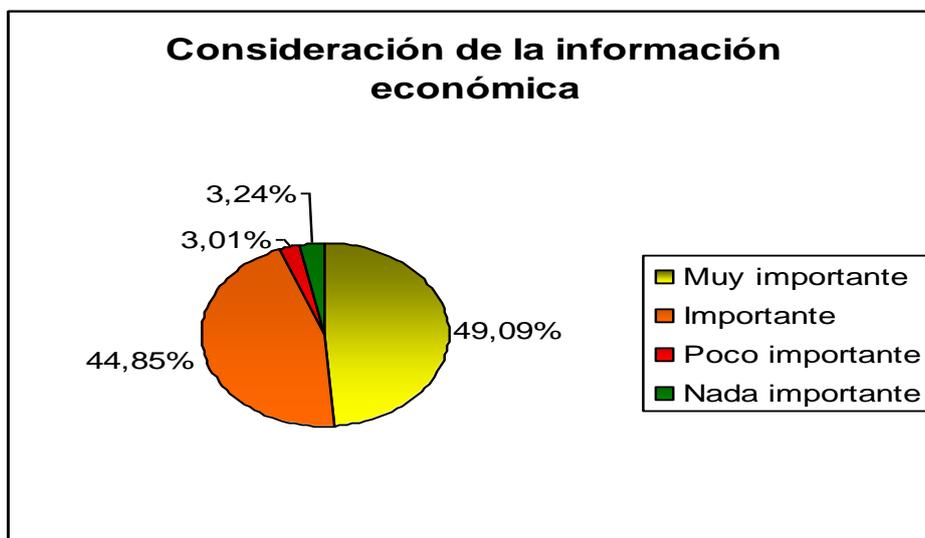
Por que Sí	Porque a veces	Porque No
Lenguaje comprensible, sin muchos indicadores	Depende nivel de instrucción	
Es didáctico		
Estadísticas		

**20. ¿Considera a la información económica importante?**

Consideración de la	Total 2007
---------------------	------------

información económica	
Muy importante	49,09%
Importante	44,85%
Poco importante	3,01%
Nada importante	3,24%
Total	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.



Fuente: FCE, ECI, Zona Bancaria, Peatonal y Varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2007.

### ¿Por qué?

Porque Muy importante	Porque Importante	Porque es poco importante
Todos debemos tener una idea de la realidad actual	Porque estudio la profesión relacionado con la Economía y para informarme	Porque piensa que nada va a cambiar
Porque de cómo funciones la economía depende nuestro nivel de vida	Forma parte de la vida cotidiana	Los medios nunca dicen la verdad
Es el punto clave en el rumbo de un país	Porque el sistema es capitalista	No ayuda a resolver los problemas diarios
Ayuda a entender la realidad social en que vivimos	Para saber sobre la inflación	
Nos permite organizarnos mejor con los gastos diarios para llegar a fin de mes, principalmente	Para manejarse en la sociedad	
Me sirve para mi formación	Para mantenerse informado sobre la situación del país	
Porque es un tema de relevancia social	Para prevenirse	
Necesidad de estar actualizado	Porque es un sector clave del desarrollo nacional	
Para ver si incrementan mis ingresos	Porque es un tema de relevancia social	
Porque de ella depende el desarrollo del país y el futuro de mi empresa	Para la toma de decisiones personales	

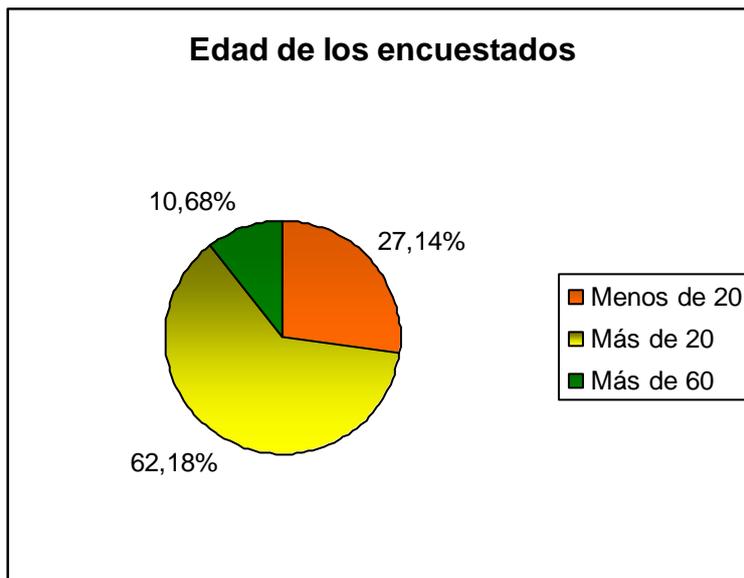
Para manejarse en la sociedad		
Porque define la estabilidad política y social		
Porque es un sector clave del desarrollo nacional		
Para la toma de decisiones personales		

**PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL PROCESAMIENTO  
TOTAL DEL AÑO 2008.**

### Edad de los encuestados:

Edad de los encuestados	Total 2008
Menos de 20	27,14%
Más de 20	62,18%
Más de 60	10,68%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y Zona Bancaria de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

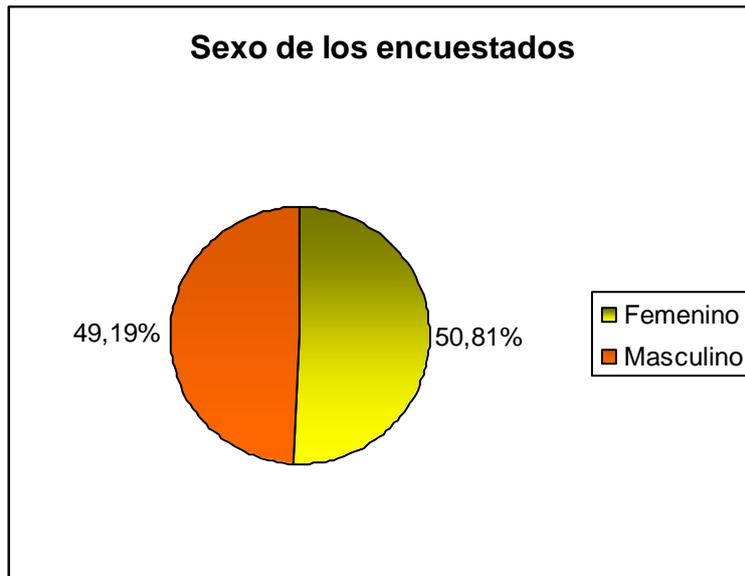


Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y Zona Bancaria de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

### Sexo de los encuestados:

SEXO	Total 2008
Femenino	50,81%
Masculino	49,19%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y Zona Bancaria de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

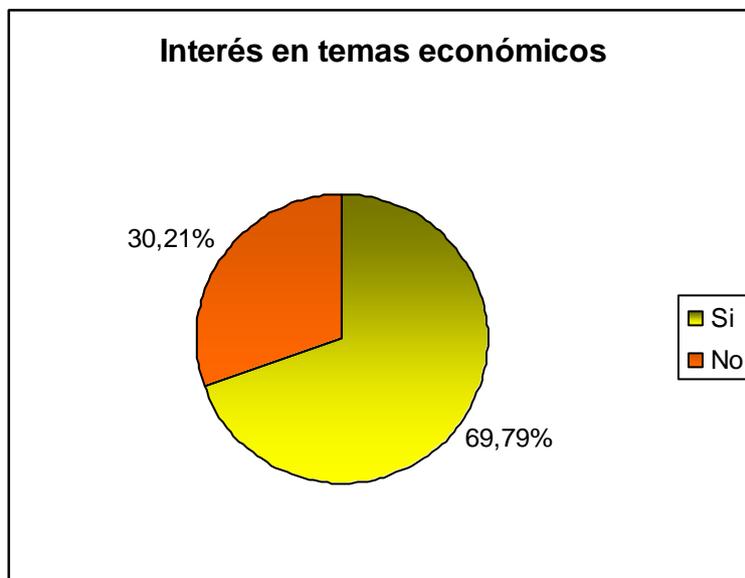


Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y Zona Bancaria de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

**17. ¿Se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos?**

Interés en temas económicos	Total 2008
Si	69,79%
No	30,21%
Total	100,00%

Fuente: ECI, Ciudad Universitaria, peatonal, Zona Bancaria y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.



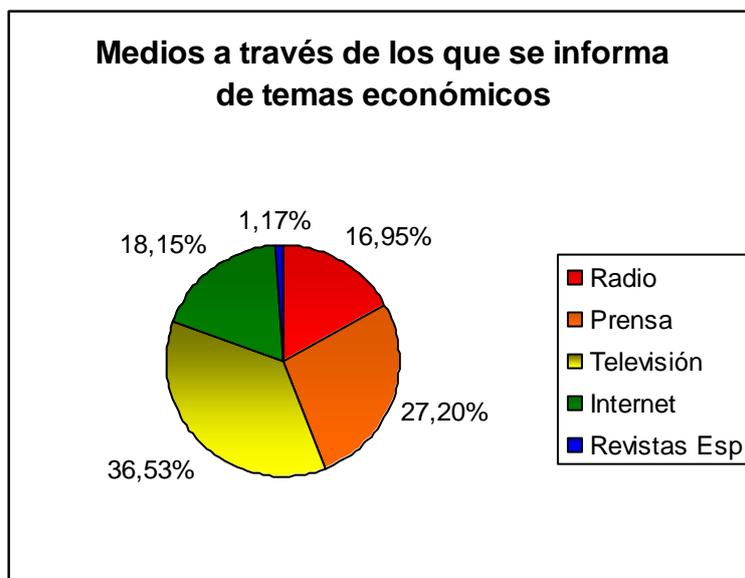
Fuente: ECI, Ciudad Universitaria, peatonal, Zona Bancaria y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

**18. ¿A través de qué medios lo hace?**

Medios a través de los que se	Total 2008
-------------------------------	------------

informa de temas económicos	
Radio	16,95%
Prensa	27,20%
Televisión	36,53%
Internet	18,15%
Revistas Esp.	1,17%
Total de personas	100,00%

Fuente: ECI, Ciudad Universitaria, peatonal y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.



Fuente: ECI, Ciudad Universitaria, peatonal y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

**19. ¿Cuál es la prensa que lee principalmente para informarse de temas económicos?**

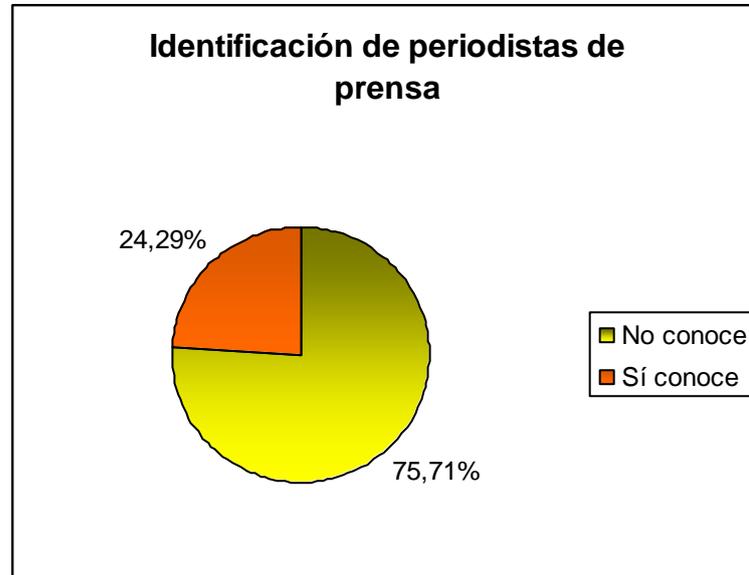
Prensa que lee para informarse de temas económicos
La Voz del Interior
Clarín
Día a día
Ámbito Financiero
La Nación
Página 12
Comercio y Justicia
Hoy día Córdoba
Miradas al Sur
La mañana de Córdoba
Economy Pluss
Puntual
Le Monde
Crónica
Crítica de la Argentina

Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

**20. De esa prensa ¿identifica algunos periodistas?**

Identificación de periodistas de prensa	Total 2008
No conoce	75,71%
Sí conoce	24,29%
Total de personas	100,00%

Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.



Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

### ¿A quienes?

Periodistas identificados
Morales Solá
Feinmann
Jorge Cuadrado
Van Der Koi
Sergio Carreras
Bertbistky
Ramos
Roberto Bataglino
Muchnik
Oña
Grondona
Battaglino
Gobart
Anguita
Castro

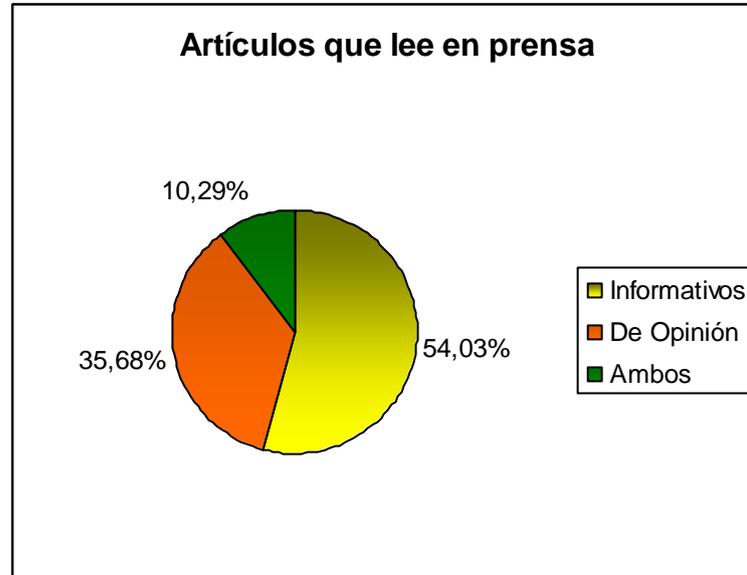
Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

### 21. Los artículos que lee son:

Artículos que lee en prensa	Total 2008
-----------------------------	------------

Informativos	54,03%
De Opinión	35,68%
Ambos	10,29%
Total de personas	100,00%

Fuente: ECI, Ciudad Universitaria, peatonal, Zona Bancaria y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.



Fuente: ECI, Ciudad Universitaria, peatonal, Zona Bancaria y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

**22. ¿Está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio?**

Satisfacción con respecto a la información de prensa	Total 2008
Sí	66,81%
A veces	0,00%
No	33,19%
Total de personas	100,00%

Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal, Zona Bancaria y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.



Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal, Zona Bancaria y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

### 8. Considera que la información económica en esos diarios, ¿es objetiva?

Objetividad de la información en la prensa	Total 2008
Sí	34,43%
No	65,57%
Total de personas	100,00%

Fuente: ECI, Ciudad Universitaria, peatonal, Zona Bancaria y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.



Fuente: ECI, Ciudad Universitaria, peatonal, Zona Bancaria y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

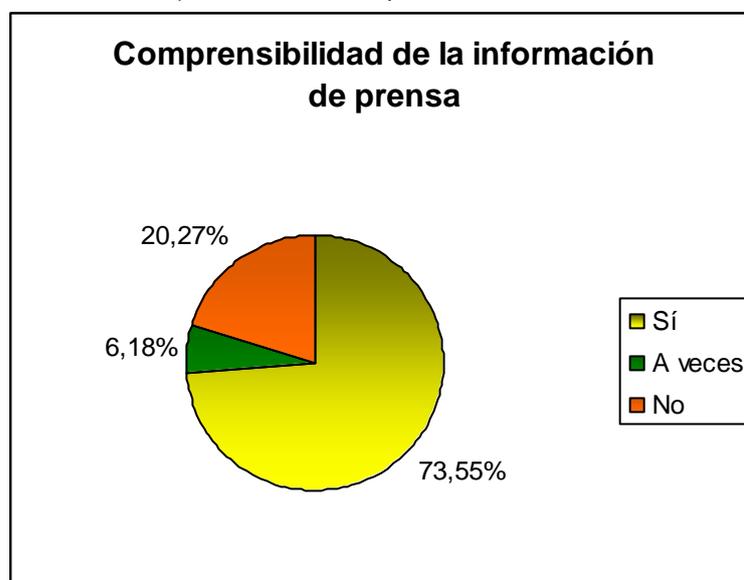
¿Por qué?

Porque Si	Porque No
La "seriedad" del medio	Carácter de "empresas" que poseen los medios o grupos de medios,
Parcialidad,	Intereses económicos de los medios
Claridad	Influida por los diferentes poderes
No emisión de juicios de valor	Los medios tienen sus propias tendencias según el grupo económico al que pertenecen
	Línea periodística

**9. ¿Considera que la información o el análisis económico en esos diarios es comprensible?**

Comprensión de la información	Total 2008
Sí	73,55%
A veces	6,18%
No	20,27%
Total de personas	100,00%

Fuente: ECI, Ciudad Universitaria, peatonal, Zona Bancaria y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.



Fuente: ECI, Ciudad Universitaria, peatonal, Zona Bancaria y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

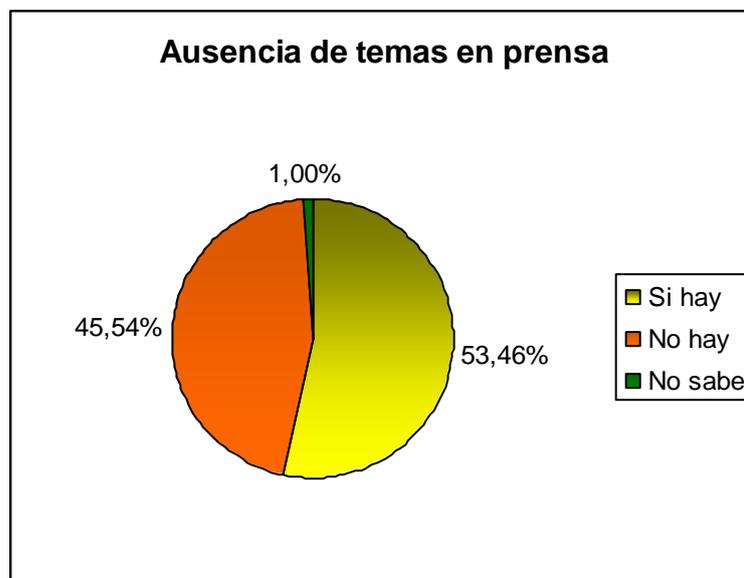
**¿Por qué?**

Porque sí	Porque No
Claridad de la información	No entendimiento de términos técnicos
La explicación de los términos técnicos	Vocabulario difícil confunde a la gente, no es para la gente de clase baja
La orientación masiva que tiene el diario	
Accesibilidad del vocabulario.	

**10. ¿Que temas económicos considera que están ausentes en esos diarios?**

Temas Ausentes en prensa	Total 2008
Si hay	53,46%
No hay	45,54%
No sabe	1,00%
Total de personas	100,00%

Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y Zona Bancaria de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.



Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y Zona Bancaria de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

#### Temas ausentes en prensa

Nivel de vida
Economía Internacional
Las jubilaciones
Transacciones del gobierno
La mayoría, solo hay noticias de impacto
Temas locales
Temas internacionales
Gastos del estado
Pobreza
Intereses del gobierno
Intereses de los medios
La gente no lo comprendería/no le interesaría
Contexto regional sudamericano
Un seguimiento objetivo de la inflación
Un seguimiento de los precios de los bienes de consumo básico comparados con los de los bienes sumarios y durables; y la comparación de la oferta y demanda de cada uno.

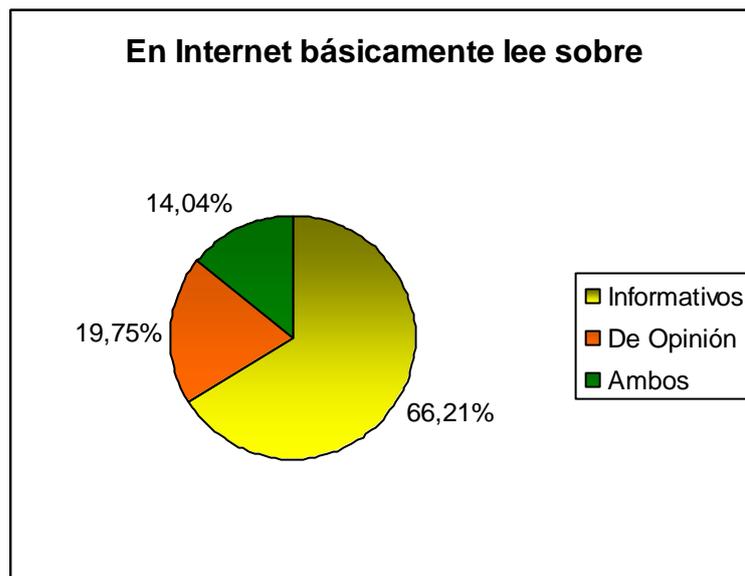
## 12. ¿En qué sitios de Internet se informa sobre economía?

Sitios de Internet en los que se informa de economía
Clarín
Páginas de diarios
La Voz
Infovae
La Nación
Pagina12.com
Google
Diario de Tierra del Fuego
Prensa Obrera
Economiaybuss.com
El país
Cadena 3

13. En los sitios de Internet que consulta lee básicamente sobre :

En Internet lee básicamente	Total 2008
Informativos	66,21%
De Opinión	19,75%
Ambos	14,04%
Total de personas	100,00%

Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.



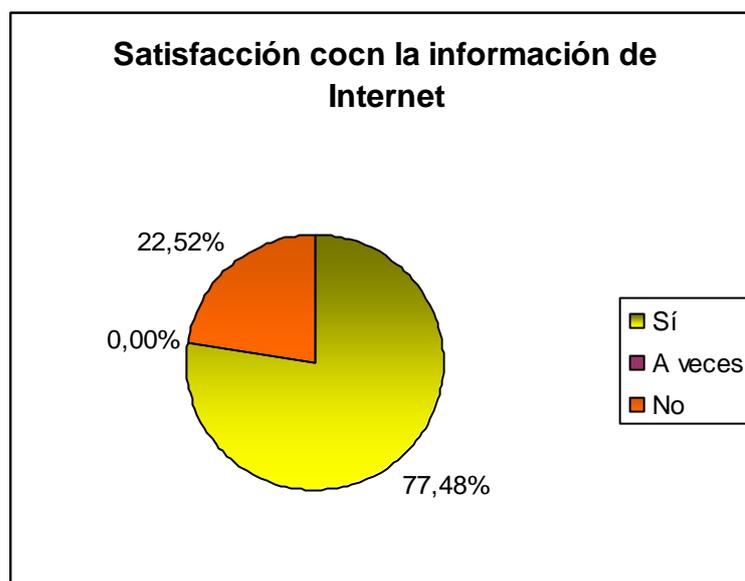
Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

14. ¿Está satisfecho con la información / análisis económico que encuentra en Internet?

Satisfacción con respecto a la información de Internet	Total 2008
Sí	77,48%
A veces	0,00%
No	22,52%

Total de personas	100,00%
-------------------	---------

Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.



Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

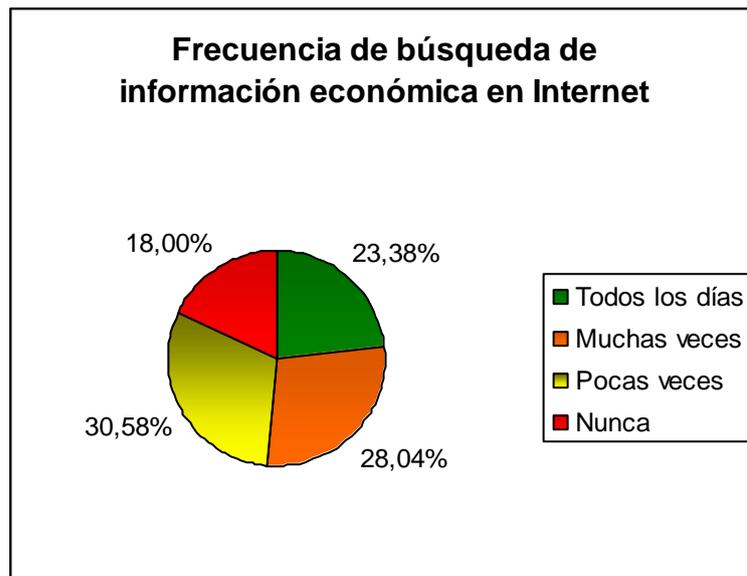
### ¿Por qué? TEMAS QUE FALTAN

Temas que faltan
Economía Nacional
Economía Internacional
Datos sobre nivel de vida
Temas internacionales
Temas nacionales o locales
Índices gubernamentales (pobreza, inflación, gasto público)

### 17. ¿Con qué frecuencia busca información económica en Internet?

Frecuencia de búsqueda de información económica en Internet	Total 2008
Todos los días	23,38%
Muchas veces	28,04%
Pocas veces	30,58%
Nunca	18,00%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

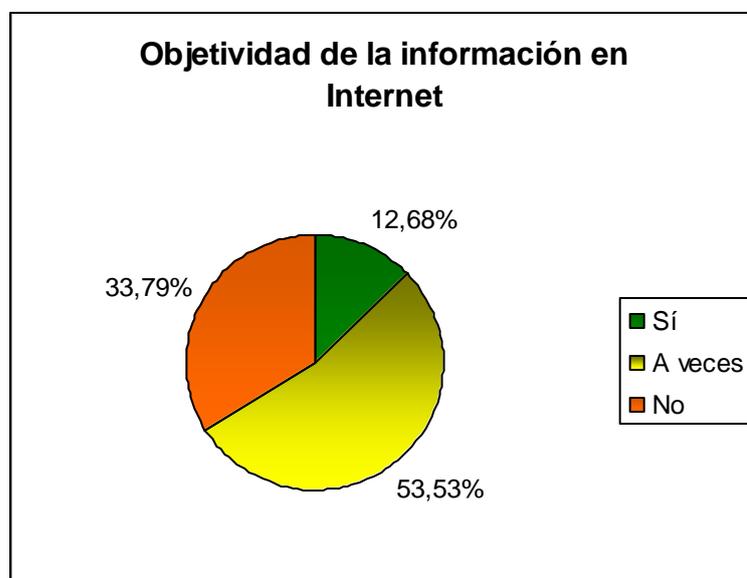


Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

### 18. Considera que la información económica en Internet, ¿es objetiva?

Objetividad de la información en la prensa	Total 2008
Sí	12,68%
A veces	53,53%
No	33,79%
Total de personas	100,00%

Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.



Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

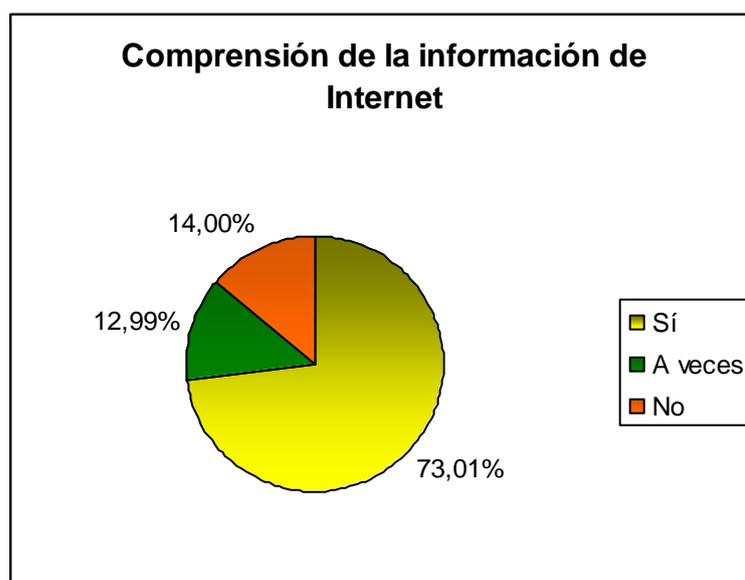
**¿Por qué?**

Porque Sí	Porque No	Porque a veces
Prestigio que posee la pagina,	Amplitud en las noticias	Depende si la noticia tiene cierto peso sobre la sociedad o afecta a los intereses del diario o el gobierno de alguna manera
No intentar persuadir o "venderle" ideas	Postura del periodista	
Al informar acerca de economía no se puede opinar, sólo arrojar datos	Influencia del poder Hay más análisis y oportunidad de opinión Libertad para publicar	

**19. ¿Considera que la información económica en Internet es comprensible?**

Comprensión de la información en Internet	Total 2008
Sí	73,01%
A veces	12,99%
No	14,00%
Total de personas	100,00%

Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

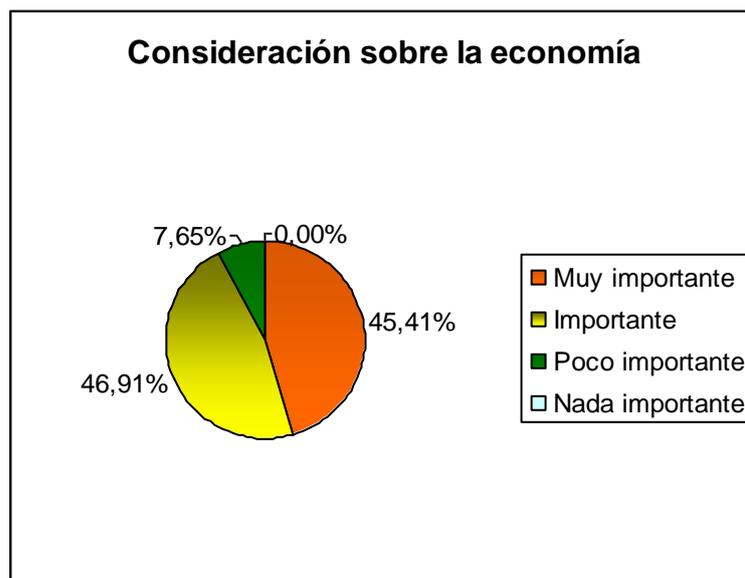


Fuente: Ciudad Universitaria, peatonal y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

## 20. ¿Considera a la información económica importante?

Consideración sobre la economía	Total 2008
Muy importante	45,41%
Importante	46,91%
Poco importante	7,65%
Nada importante	0,00%
Total	100,00%

Fuente: ECI, Ciudad Universitaria, peatonal y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.



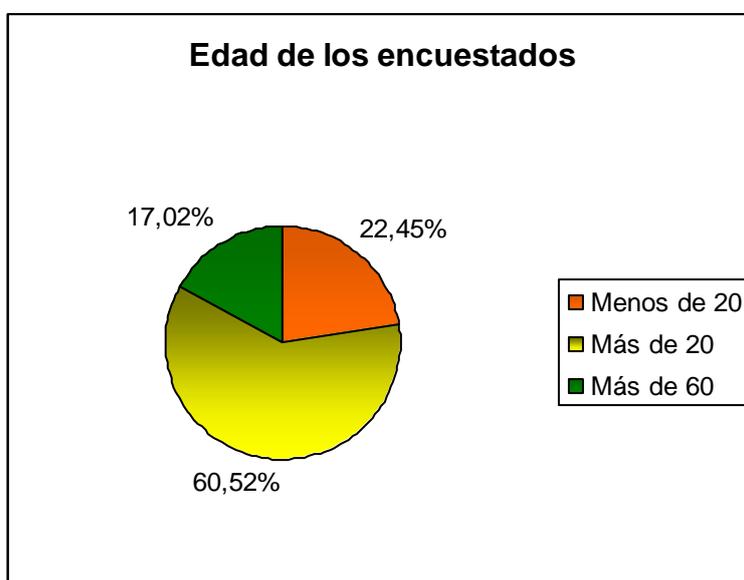
Fuente: ECI, Ciudad Universitaria, peatonal y varias zonas de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2008.

## PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL PROCESAMIENTO TOTAL DE AÑO 2009

### Edad de los encuestados:

Edad de los encuestados	Total 2009
Menos de 20	22,45%
Más de 20	60,52%
Más de 60	17,02%
Total	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Plaza San Martín, zona Bancaria peatonal y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

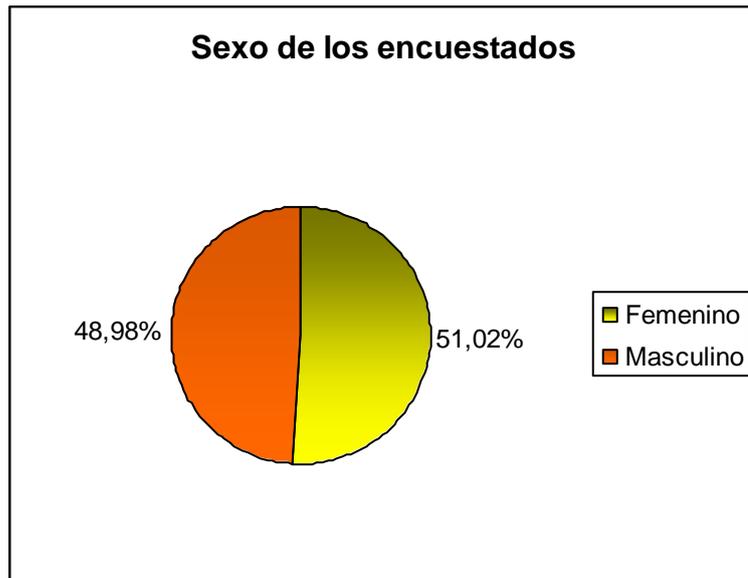


Fuente: FCE, ECI, Plaza San Martín, zona Bancaria peatonal y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

### Sexo de los encuestados:

Sexo de los encuestados	Total 2009
Femenino	51,02%
Masculino	48,98%
Total	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, Plaza San Martín, zona Bancaria peatonal y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.



Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, Plaza San Martín, zona Bancaria peatonal y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

**23. ¿Se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos?**

Interés en temas económicos	Total 2009
Si	63,78%
No	36,22%
Total	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, Plaza San Martín, zona Bancaria peatonal y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

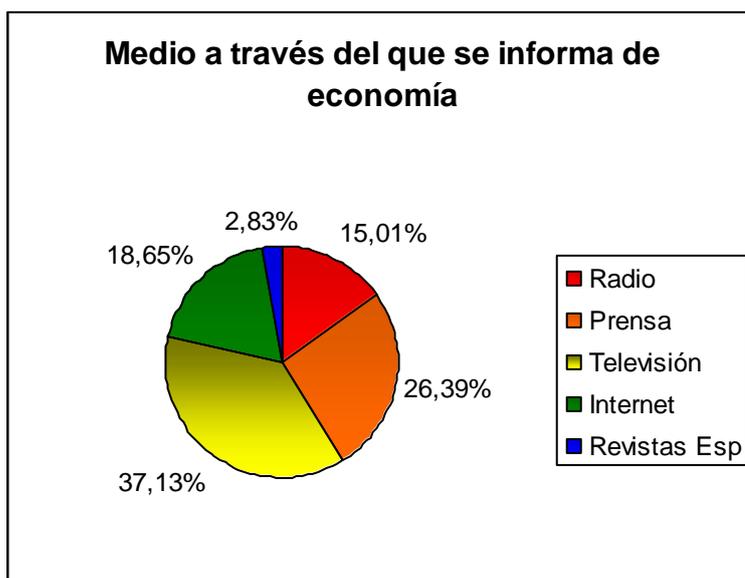


Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, Plaza San Martín, zona Bancaria peatonal y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

**24. ¿A través de qué medios lo hace?**

Medio a través del que se informa	Total 2009
Radio	15,01%
Prensa	26,39%
Televisión	37,13%
Internet	18,65%
Revistas Esp.	2,83%
Total	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, Plaza San Martín, zona Bancaria peatonal y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.



Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, Plaza San Martín, zona Bancaria peatonal y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

**25. ¿Cuál es la prensa que lee principalmente para informarse de temas económicos?**

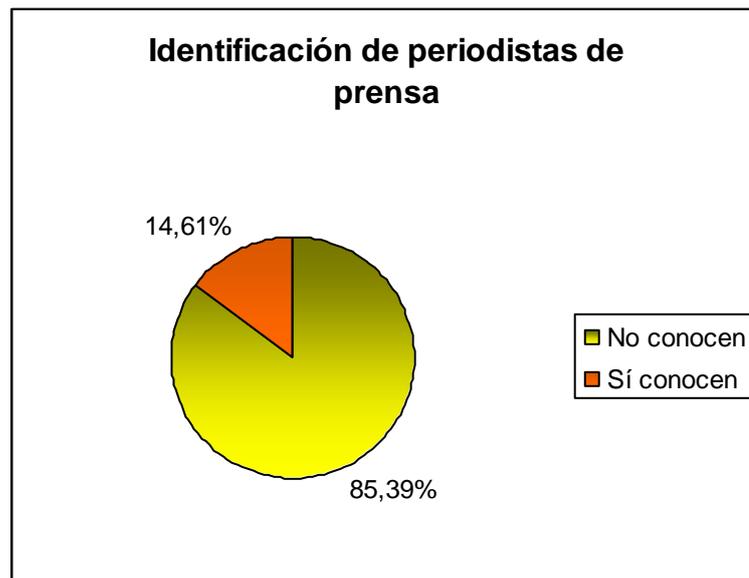
MEDIOS
La Voz del Interior
Clarín
La Nación
La mañana de Córdoba
Día a día
Página 12
El Cronista
Ámbito Financiero
Hoy día Córdoba
Perfil
REVISTA NOTICIAS
Comercio y Justicia
La Crítica
Global Finance

El Tribuno de Jujuy
Infocampo
El Puntual
La Razón
Le Monde Diplomatique
The Word
The Economic
El informador
Finalcial Time

**26. De esa prensa ¿identifica algunos periodistas?**

Identificación de periodistas de prensa	Total 2009
No conocen	85,39%
Sí conocen	14,61%
Total de personas	100,00%

Fuente: ECI, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.



Fuente: ECI, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

**¿A quiénes?**

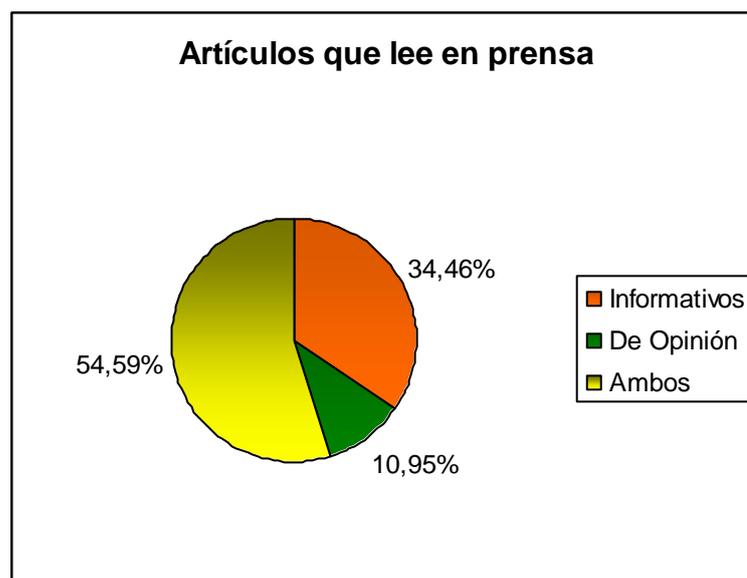
Periodistas		
Eduardo Dalmasso,	Daniel Alonzo	Beldi
Biglietti,	Rosín	Consi
Bonelli	Laura González	Fantini
Cafiero	Taborda	Cortina
Claudio Fantini	Sietecalle	Oña
Doug Kass	Julio Blank	Bargero
Fabiana Dal Prá	Canedo	Roa

Freyre	Martínez	González
Gabriela Origlia,	Marcelo Taborda	Torello
Gerardo López	Venderkoy	De la torre
Gustavo Tobi	Horacio Serafín	Neidal
Jim Cramer	Javier Flores	Salzano
Jorge Cuadrado	Rosa Cortino	Londero
Jorge Lanata	Mónica Gutiérrez	Fantini
Mario Lapegue	Timothy Garton Ash	Simeone
Miguel Clariá	Ponsati	Rollan
Morales Solá	Luis Majul	Mareco
Natalia Bonatto	Alonso	Zen
Paluch	Tolchinsky	Siaba Serrate
Rebeca Bortoletto	Mario Pereyra	Ferrero
Roberto Bataglino	Luis Remonda,	Natalia García
Rosa Bertino	Alejandro Rollan,	Tolonbawn Slotoviasda
Roxana Acoto	Daniel Munkik	Guillermo Andino
Saiat	Sergio Suppo	Turello
Salvador Trever	Balaguer	Pagani
Sergio Serrichio	Ma. Iglesias	Tenembaum
Silvestre		

27. Los artículos que lee son:

Artículos que lee en prensa	Total 2009
Informativos	34,46%
De Opinión	10,95%
Ambos	54,59%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

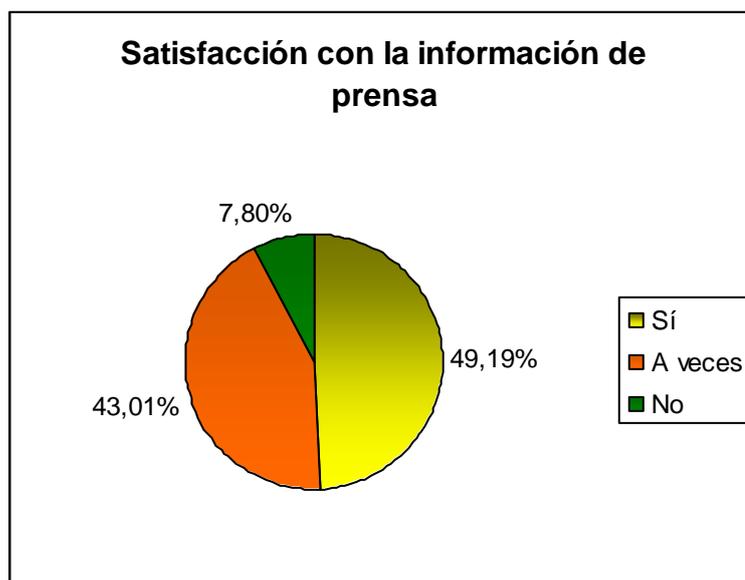


Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

**28. ¿Está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio?**

Satisfacción con respecto a la información de prensa	Total 2009
Sí	49,19%
A veces	43,01%
No	7,80%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

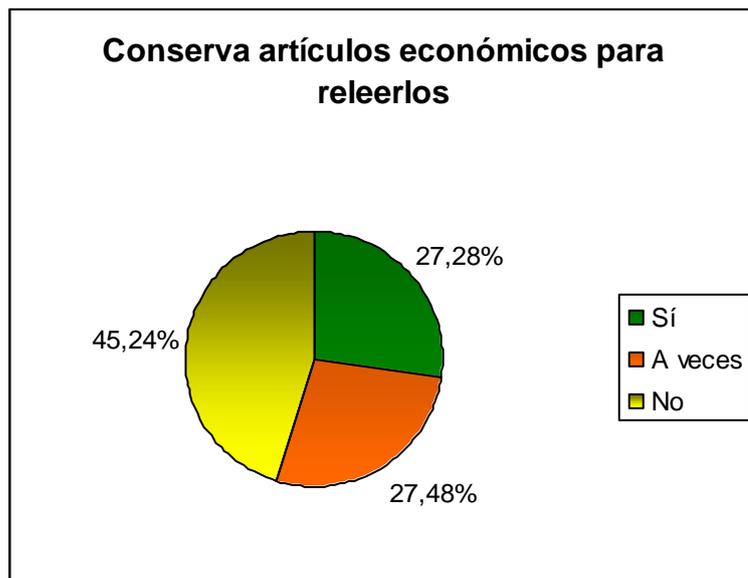


Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

**7. ¿Conserva los artículos económicos para releerlos?**

Conserva artículos económicos para releerlos	Total 2009
Sí	27,28%
A veces	27,48%
No	45,24%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.



Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

**8. Considera que la información económica en esos diarios, ¿es objetiva?**

Objetividad de la información en la prensa	Total 2009
Sí	55,76%
No	44,24%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.



Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

**¿Por qué?**

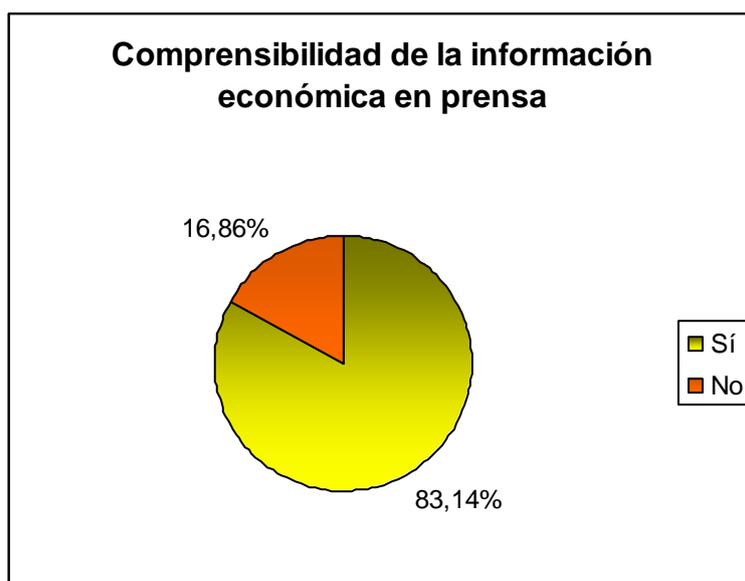
Porque Si	Porque No
-----------	-----------

No tresgiversan la información	Opinan los periodistas
Dan datos corroborados	Cada persona tiene su postura
Maneja datos	Tiene tintes políticos
Está regulada	No siempre está fundada en datos sólidos
Manejo transparente de la información  Porque así debe ser  Información exacta Las da el gobierno y el INDEC  Es prensa evaluada y transparente  Periodistas de diferentes orígenes Los diarios muestran la realidad, no hay manipulación de la información, no hay doble intención, ni corrupción; La mayoría de las personas dicen que se es objetiva porque la tarea de los medios es sólo informar Se niegan que haya intereses de por medio a la hora de informar; No hay control por parte del Gobierno sobre los medios Para otros tantos la prensa gráfica dice la verdad.	La información está manipulada Porque muestra información que es conveniente para el estado, no muestra la realidad tal cual es La mayoría dice que hay intereses de por medio (del gobierno, del diario, de empresas, de los redactores) Otros tanto opinan que depende del tema y de la fuente, la objetividad de la información La objetividad es imposible en forma completa La información es parcial, por eso no es objetiva. Los medios de información están "atados" a una línea ideológica que maneja el funcionamiento  Privilegian los intereses de su empresa

**9. ¿Considera que la información o el análisis económico en esos diarios es comprensible?**

Comprensibilidad de la información económica en prensa	Total 2009
Sí	83,14%
No	16,86%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.



Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

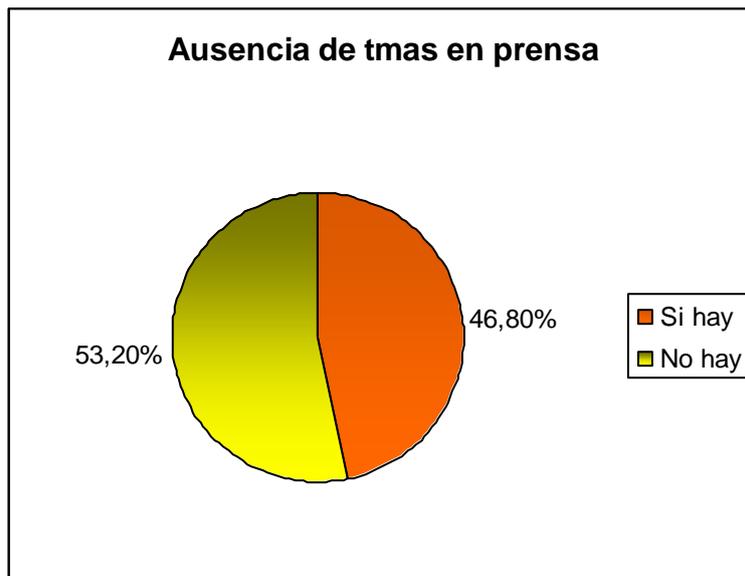
### ¿Por qué?

Porque sí	Porque No
Vocabulario simple	Vocabulario técnico
Público general	Utilización de lenguaje complicado, o muy técnico;
Porque el vocabulario es comprensible Porque el medio está destinado a un público general.	Muchas veces los temas no son comprensibles.
La explicación es sencilla Está bien explicada Se entiende Por la forma de exponer el tema  Uno sabe de economía Buen desarrollo de la información Palabras sencillas y claras	Hay que saber de economía Hay que tener formación Usan palabras técnicas

### 10. ¿Que temas económicos considera que están ausentes en esos diarios?

Temas Ausentes	Total 2009
Si hay	46,80%
No hay	53,20%
Total de personas	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.



Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

**Temas ausentes**

Información de empresas
Temas del interior del País, locales. Ya que suelen abocarse mayormente a Buenos Aires.
Jubilados y sus economías
Micro y macroeconomía
Universidad nacional de Córdoba
Cooperativas
Precios
Inflación
Sueldos de los funcionarios
Gastos públicos
Bajos salarios-altos precios
Escasez del agua
Economía Internacional
Espectáculos
Fútbol
Temas empresariales - pequeños emprendedores
Educación
Jubilados
Pobreza
Información Específica
Análisis concreto de los números
Actividades del Presidente en el exterior
Desempleo
Negocios
Deuda Externa
Crisis Argentina
Economías Locales
Distribución de la riqueza
Falta de estadísticas
Los que tienen relación con las provincias y ciudades más pequeñas

Mala distribución de la riqueza  
Deterioro de la economía  
Verdaderos números del INDEC

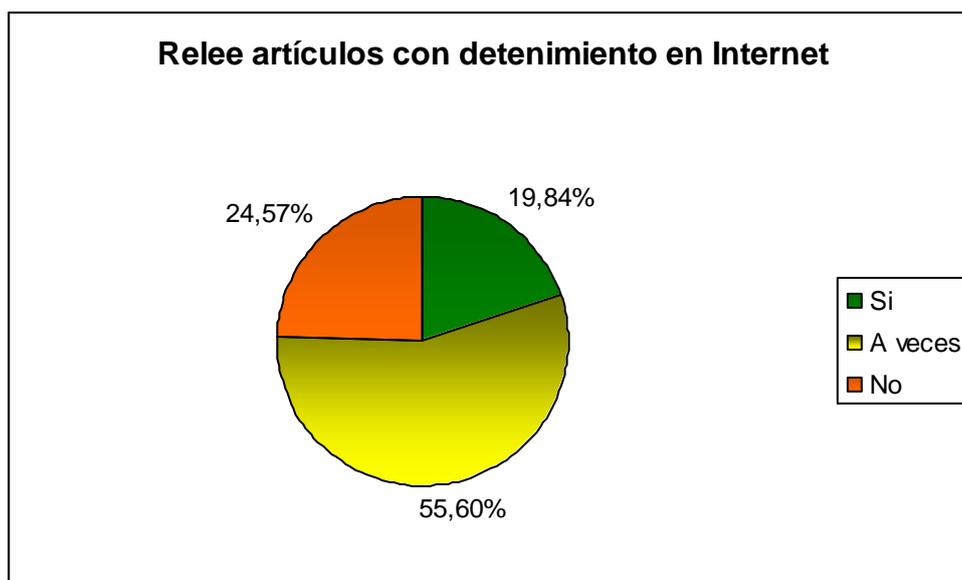
**15. ¿En qué sitios de Internet se informa sobre economía?**

Sitios de Internet en los que se informa de economía
La Voz.com
Clarín.com
La Nación
Perfil.com
Nacionales
La Crítica
Infobae
MECOM
Cadena 3 .com
Canal 12
Ámbito Financiero Online
Estudiotrever.com
Google
Todo Noticia
Wikipedia
Fundación Mediterránea
El Cronista Comercial Online
Blogs independientes
Página 12
Día a día
Diario el Chubut
Diario Panorama
diario de cuyo
CNN Online
Revista Noticias Web
El diario de la republica
Ministerio de Economía
Voltaire Net
Perfil
Lemon diplomatique.
Páginas del Gobierno
CNN.com
Páginas oficiales
BCRA
Yahoo

**16. Solo si mencionó en la 13 algún diario. Cuando ingresa a un diario en Internet, ¿abre los artículos económicos para leerlos con detenimiento?**

Relee los artículos con detenimiento en Internet	Total 2009
Si	19,84%
A veces	55,60%
No	24,57%
Total	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

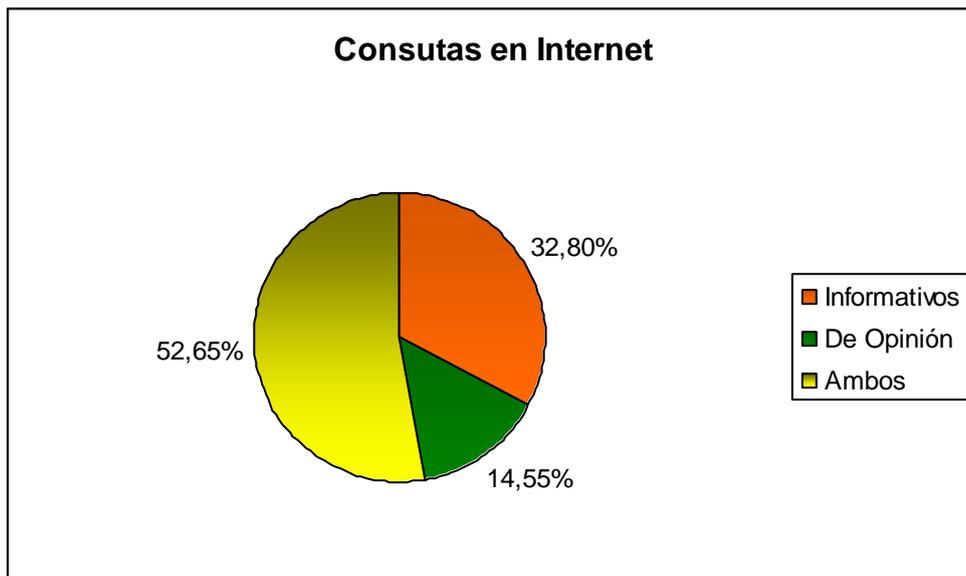


Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

**17. En los sitios de Internet que consulta lee básicamente sobre :**

Consultas en Internet	Total 2009
Informativos	32,80%
De Opinión	14,55%
Ambos	52,65%
Total	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

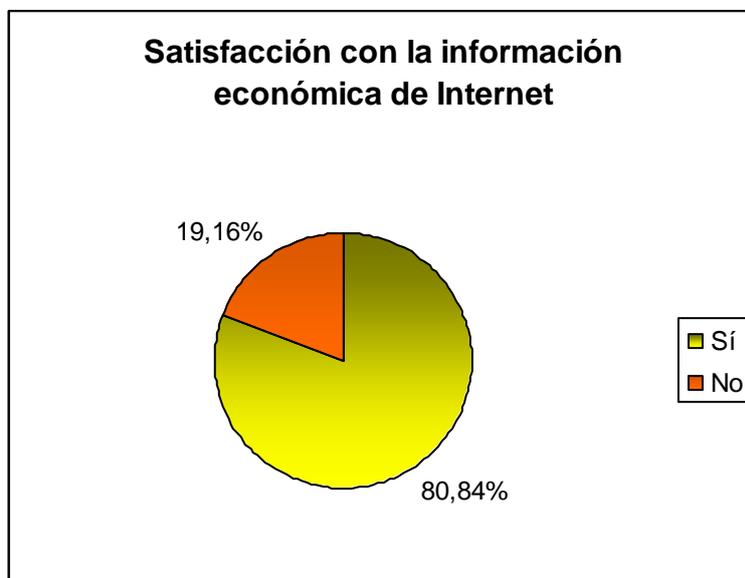


Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

### 16. ¿Está satisfecho con la información / análisis económico que encuentra en Internet?

Satisfacción con respecto a la información de Internet	Total 2009
Sí	80,84%
No	19,16%
Total	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.



Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

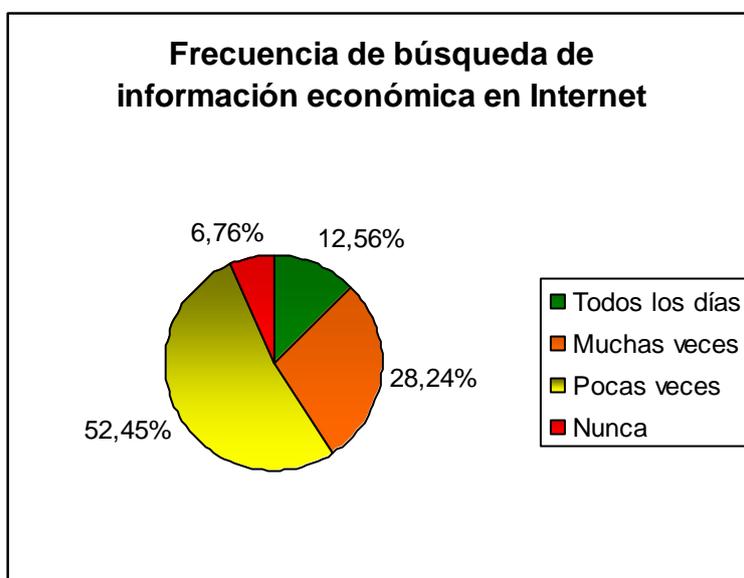
### ¿Por qué? TEMAS QUE FALTAN

Total 2009
Análisis más profundo de la realidad

### 17. ¿Con qué frecuencia busca información económica en Internet?

Frecuencia de búsqueda de información económica en Internet	Total 2009
Todos los días	12,56%
Muchas veces	28,24%
Pocas veces	52,45%
Nunca	6,76%
Total	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

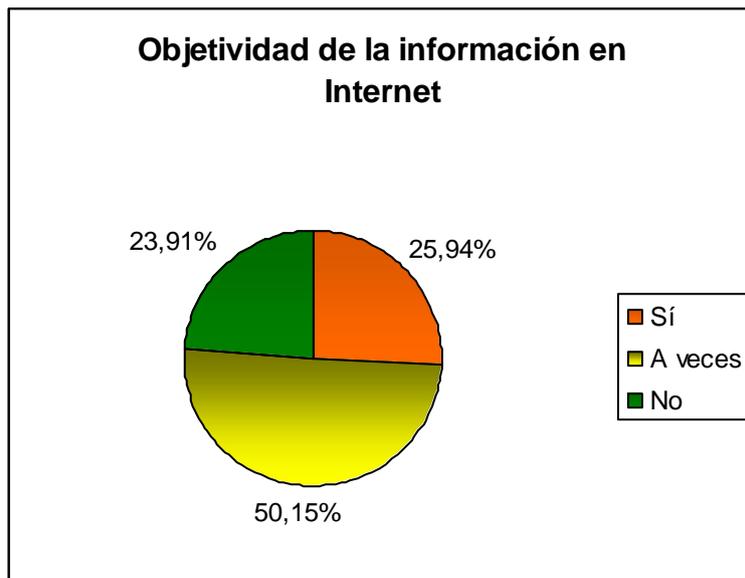


Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

### 18. Considera que la información económica en Internet, ¿es objetiva?

Objetividad de la información en Internet	Total 2009
Sí	25,94%
A veces	50,15%
No	23,91%
Total	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.



Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

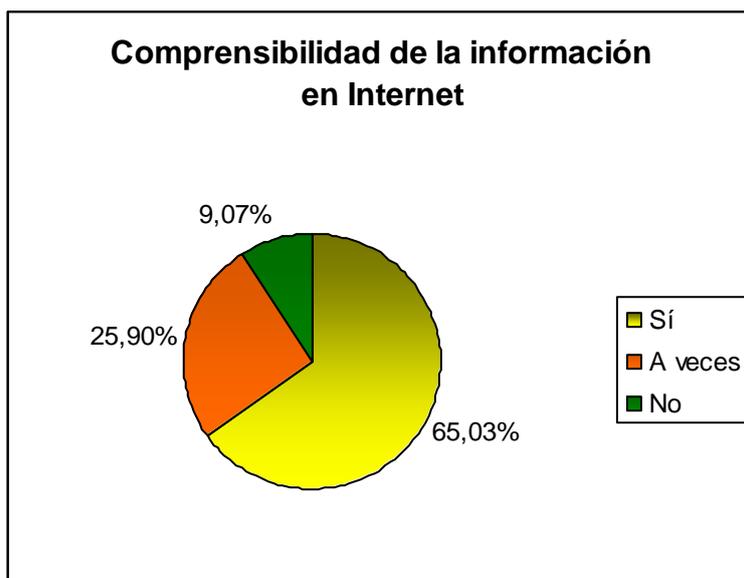
### ¿Por qué?

Porque Sí	Porque No	Porque a veces
Porque muestra la realidad tal cual como lo muestra el diario impreso	Falta total de credibilidad de las páginas en Internet	Porque se acorta mucha información
No hay intención de influenciar.	No sabemos quiénes son los autores de tales artículos	En Internet escribe cualquiera
La prensa debe ser objetiva	Porque suprime la información	Es relativo a la página, el medio, y el periodista
Se basan en datos comprobados	Siempre hay intereses de por medio	A veces, no existe puntualidad para explicar los temas
Sólo informan	Se corneta demasiado para generar debates;	Nada es totalmente objetivo
	Hay muchos puntos de vista diferentes.	Hay sitios que no son oficiales e introducen la opinión del autor, que puede o no ser especializado.
	Cada periodista tiene su ideología	Está manipulada
	No dan toda la información	Depende de lo que leas
	Depende la inclinación política del medio	Depende de quién escriba
		Depende de la objetividad de los datos.

### 19. Considera que la información económica en Internet es comprensible?

Comprensibilidad de la información en Internet	Total 2009
Sí	65,03%
A veces	25,90%
No	9,07%
Total	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

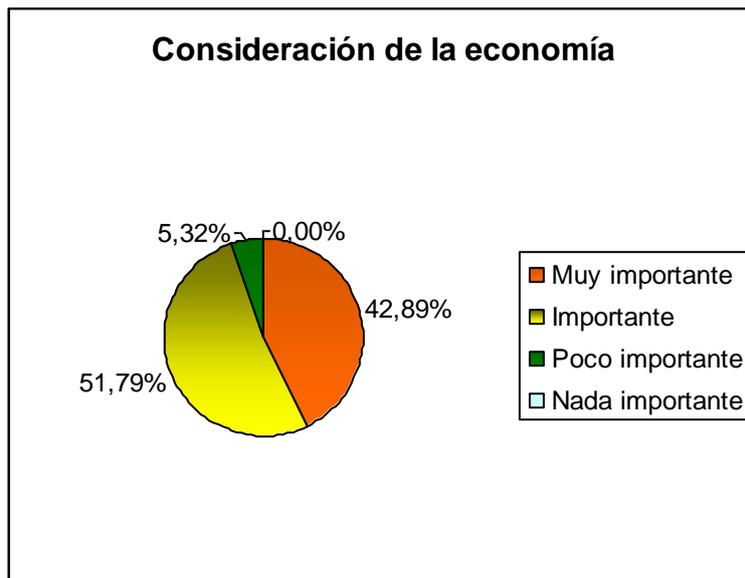


Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

## 20. ¿Considera a la información económica importante?

Consideración	Total 2009
Muy importante	42,89%
Importante	51,79%
Poco importante	5,32%
Nada importante	0,00%
Total	100,00%

Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria, Peatonal y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.



Fuente: FCE, ECI, Pabellón Argentina, zona Bancaria, Peatonal y varios lugares de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2009.

### ¿Por qué?

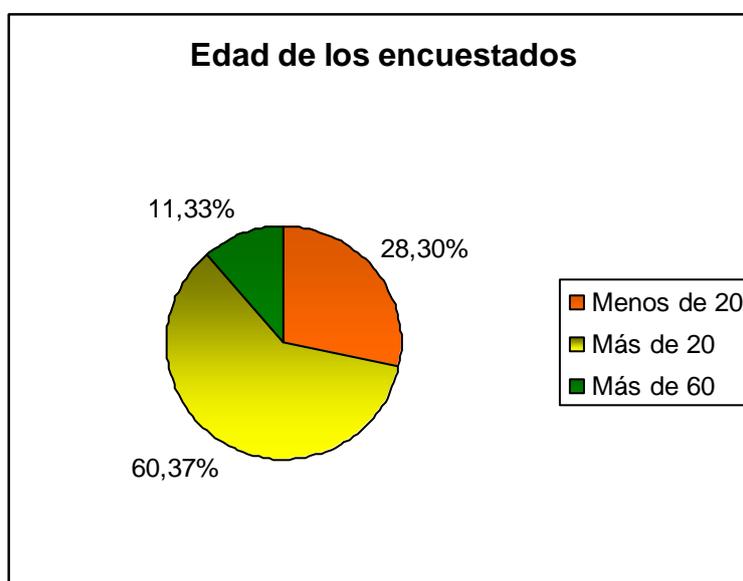
Porque es Muy importante	Porque es Importante
La economía es la que rige y mueve a la actividad económica tanto del País, como la individual;	relación que tiene con su trabajo, las decisiones a futuro y las conductas de la sociedad
El conocimiento de ésta forma parte de la cultura general;	Es parte de la sociedad
La vida de un País gira en torno a ésta;	Influye en la vida cotidiana
Las decisiones que otros toman influyen en nuestra vida;	Ayuda a tomar decisiones
Tomarla como muy importante es dejar otras cuestiones de lado, además hay que analizarlas de modo crítico;	Afecta a todos
Es importante tener conocimiento sobre ésta y es necesaria para tomar buenas decisiones;	Es una práctica de todos los días
Para saber manejar nuestros recursos;	Es un reflejo de las políticas
Nuestro mundo gira en torno a la economía;	Toda la información es importante
Para saber como marcha el País	Para ver lo está mal y corregirlo
Por Interés	Para saber lo que pasa en el país
	Para saber cómo manejarnos
	Por la relación con los estudios
	Porque el mundo se rige por la economía
	Contribuye a la educación
	Informa acerca de los precios
	Para poder sostener a mi familia
	Para que no nos engañen
	De la economía depende el crecimiento del país
	Por mi situación personal
	Por la pobreza

## PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL PROCESAMIENTO TOTAL DEL AÑO 2010

### Edad de los encuestados:

Edad	Total 2010
Menos de 20	28,30%
Más de 20	60,37%
Más de 60	11,33%
Total	100,00%

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

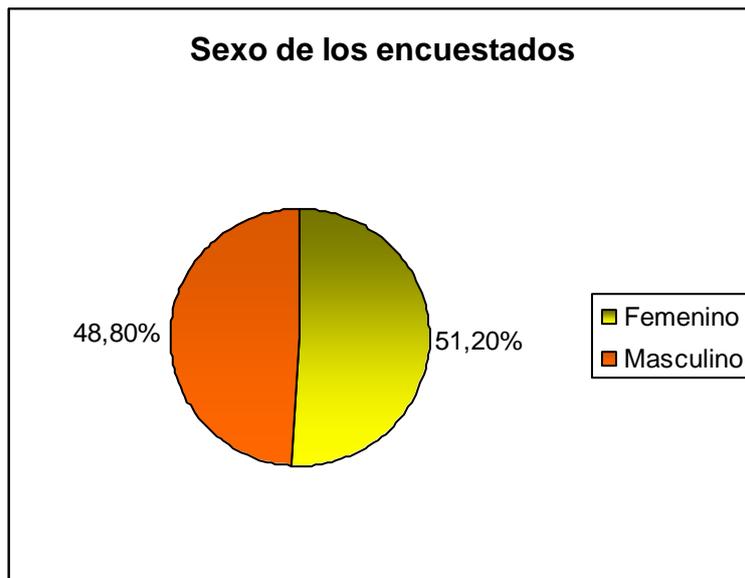


Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

### Sexo de los encuestados:

Sexo de los encuestados	Total 2010
Femenino	51,20%
Masculino	48,80%
Total	100,00%

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

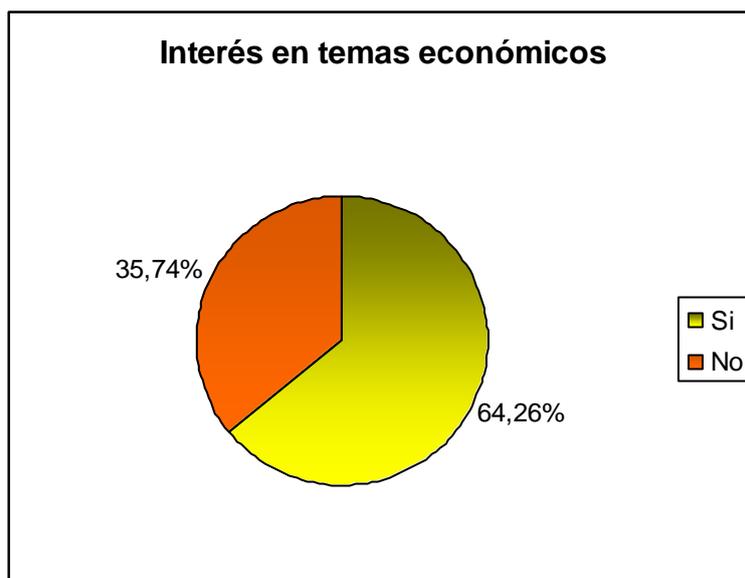


Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

## 1. ¿Se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos?

Interés en temas económicos	Total 2010
Si	64,26%
No	35,74%
Total	100,00%

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

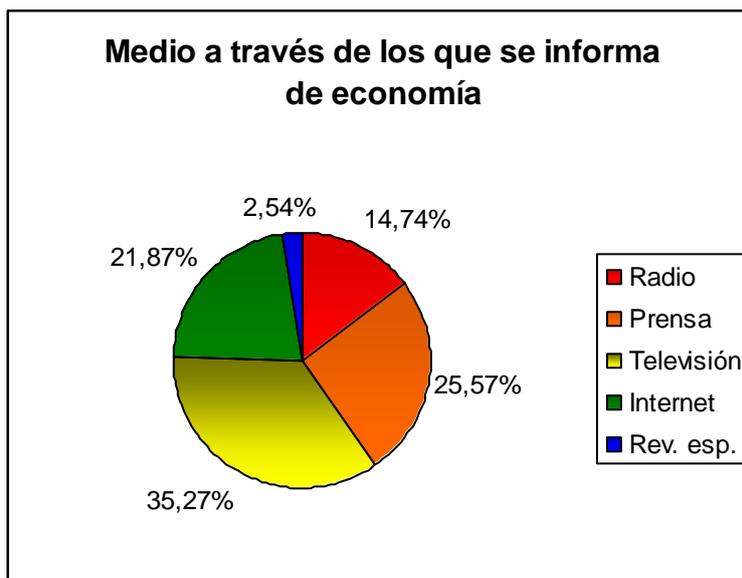


Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

## 2. ¿A través de qué medios lo hace?

Medio a través de los que se informa de economía	Total 2010
Radio	14,74%
Prensa	25,57%
Televisión	35,27%
Internet	21,87%
Rev. esp.	2,54%
Total	100,00%

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.



Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

### 3. ¿Cuál es la prensa que lee principalmente para informarse de temas económicos?

Total 2010
La Voz del interior
Clarín
Ámbito Financiero
La Nación
Día a día
Pagina 12
La Mañana de Córdoba
Hoy día Córdoba
Comercio y Justicia
Perfil
Prensa de izquierda
New York Times
Norte (Chaco)
Barcelona
Busines Week
Tiempo argentino
Diario Uno
Punto a Punto

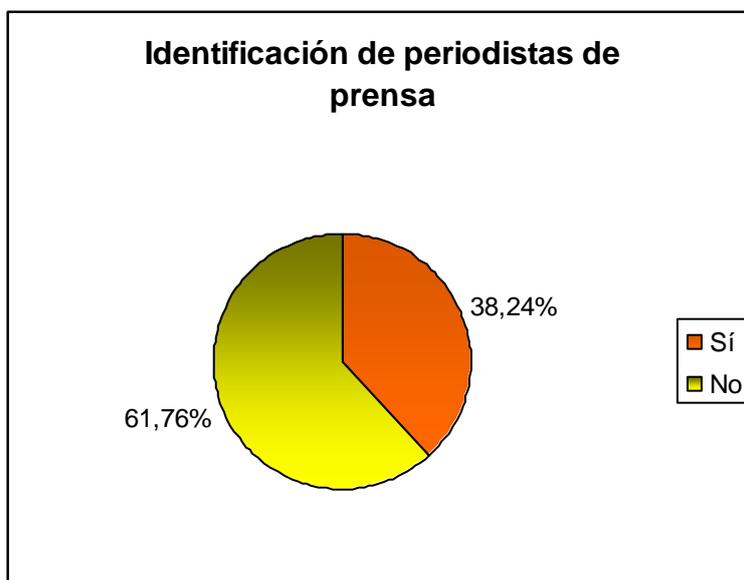
Le Monde Diplomatique
El País

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

#### 4. De esa prensa ¿identifica algunos periodistas?

Identificación de periodista de prensa	Total 2010
Sí	38,24%
No	61,76%
Total	100,00%

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.



Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

#### ¿A quienes?

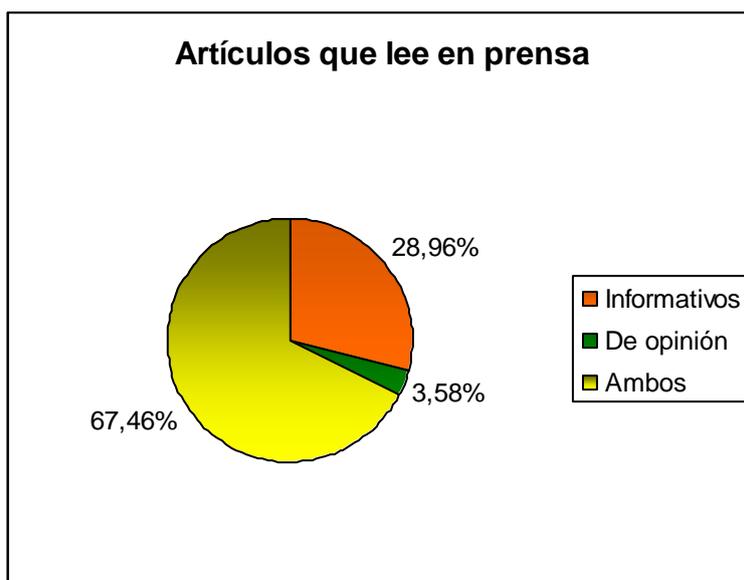
Periodistas identificados de prensa
Silvia Nahistat
Mario Rapoport
Walter Giannoni
Roberto Bataglino
Raúl De la Torre
Jorge Cuadrado
Morales Solá
Eduardo Remondo
Mónica Garcia
Nadin Argañaraz
Gonzalo Gómez Pizarro
Salvador Trebor
Juan Turello
Claudio Fantini

Paula Martinez
Rodriguez
Petete Martinez
Mariana Otero
Gustavo Ibarra
Bonzatti
Nelson Castro
Juan Scarpelli
Sergio Supo
Alejandro Rollán
Marcelo Bonelli
Lavagna
Roxana Acotto
Martín Bidegaray
Julio Ramos
Emilia Subiza
Raquel Saralegui
Francisco Olivera

### 5. Los artículos que lee son:

Artículos que lee en prensa	Total 2010
Informativos	28,96%
De opinión	3,58%
Ambos	67,46%
Total	100,00%

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

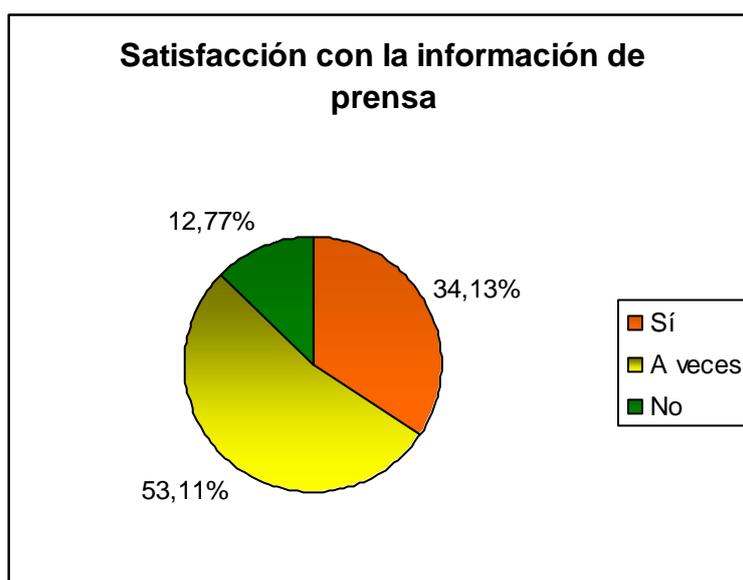


Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

**6. ¿Está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio?**

Satisfacción con la información de prensa	Total 2010
Sí	34,13%
A veces	53,11%
No	12,77%
Total	100,00%

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

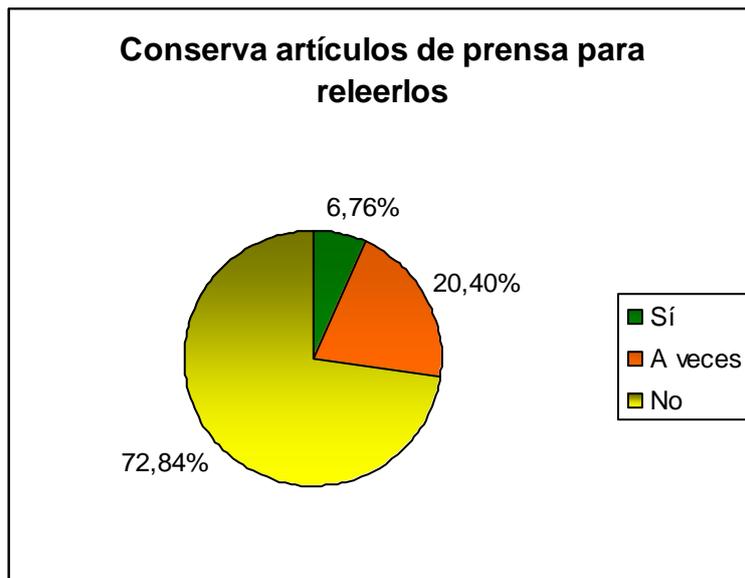


Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

**7. ¿Conserva los artículos económicos para releerlos?**

Conserva artículos de prensa para releerlos	Total 2010
Sí	6,76%
A veces	20,40%
No	72,84%
Total	100,00%

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

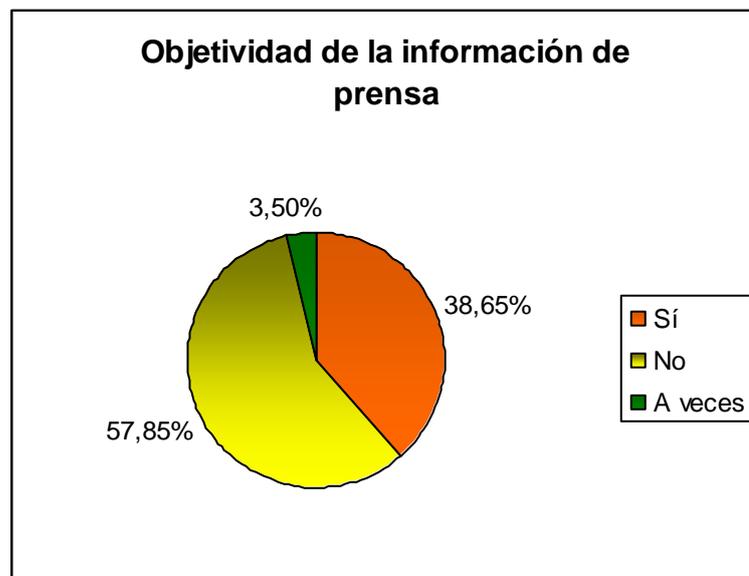


Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

### 8. Considera que la información económica en esos diarios, ¿es objetiva?

Objetividad de información de prensa	Total 2010
Sí	38,65%
No	57,85%
A veces	3,50%
Total	100,00%

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.



Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

### ¿Por qué?

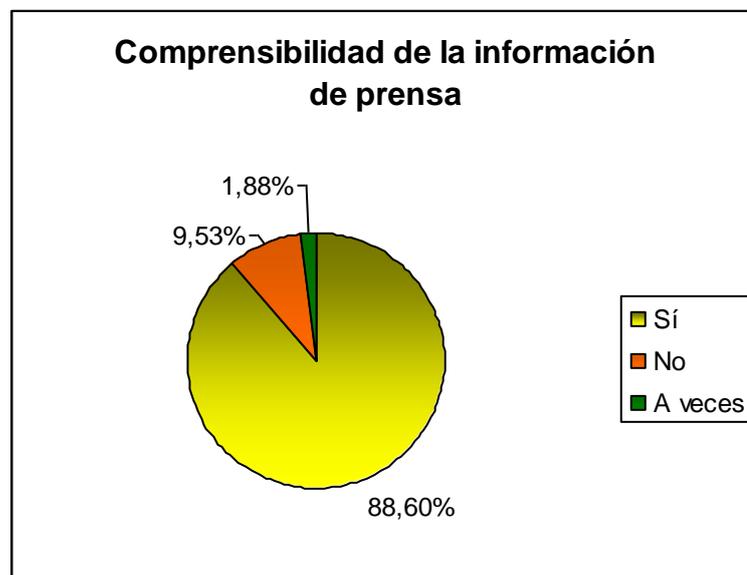
Porque Si	Porque No
-----------	-----------

Confianza	No cree en la objetividad
La información condice con los hechos de la realidad	Responde a intereses del medio
No hay manipulación de la realidad	Siempre hay carga subjetiva
Es imparcial	Hay diferentes intereses económicos
Larga trayectoria del medio	Los periodistas siguen diferentes lineamientos de pensamiento
Panorama actual	Los diarios están influenciados por partidos políticos
El diario es bueno	Muchos periodistas siguen los intereses del medio para el que trabajan
Es la verdad	Intereses políticos, económicos e ideológicos
Coincidencia de la información con la realidad y a la oposición al gobierno nacional	Las peleas del gobierno y los Mass Media
Pluralidad de voces que se encuentra en dichos medios	La lucha interna de los distintos sectores Existencia de diferente enfoques de abordar la economía Indec, la problemática de la corrupción de datos

**9. ¿Considera que la información o el análisis económico en esos diarios es comprensible?**

Comprensibilidad de la información de prensa	Total 2010
Sí	88,60%
No	9,53%
A veces	1,88%
Total	100,00%

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.



Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

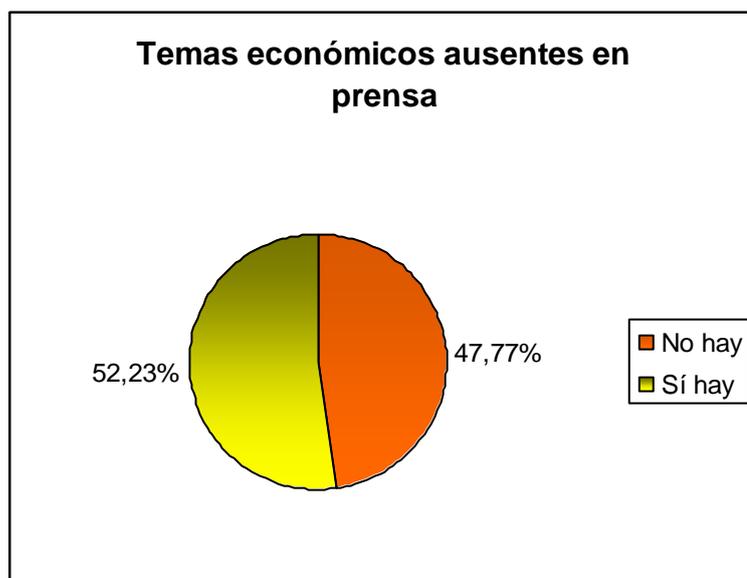
### ¿Por qué?

Porque sí	Porque No
No utiliza lenguaje técnico específico	Utiliza lenguaje técnico específico
Tiene conocimientos previos en la materia	Lenguaje técnico
Vocabulario sencillo	Palabras complicadas
Los temas están bien explicados y desarrollados brevemente	Ser confusa
Utilizan vocabulario simple	Utilizar terminología técnica de la economía
Incorporan breves definiciones o explicaciones de palabras difíciles	
La forma de presentar tanto notas, datos o estadísticas es accesible	
Utilizan términos frecuentes, sencillos	
Utilizan la claridad y la precisión para informar	
Fácil lectura	

### 10. ¿Que temas económicos considera que están ausentes en esos diarios?

Temas económicos ausentes en prensa	Total 2010
No hay	47,77%
Sí hay	52,23%
Total	100,00%

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.



Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

Temas Ausentes
Faltan temas por intereses personales del medio
Temas incompletos u omitidos por línea editorial

Microeconomía
Las Maniobras del Gobierno y la corrupción interna
Postura del Diario
Macroeconomía
Economías locales
Inflación
Economía familiar y cotidiana
Economía Regional
Modelo económico
Neoliberalismo
Pequeños y medianos empresarios, su actividad y proyecciones
Relaciones Internacionales
Economía Social
Crecimiento
Análisis sobre la problemática de la pobreza, y posibles acciones o soluciones para salir adelante
Salarios
Economía Internacional
Latinoamérica
Riqueza
La economía global
Coparticipación Impositiva
Microemprendimientos
Notas de opinión y análisis.
Economía del tercer mundo
Pobreza
Desempleo
Ingreso
Números reales del gobierno
Política impositiva
Economía en sectores populares
Concentración de la riqueza
Análisis de mercado
Gasto público
Recursos Naturales
Presupuesto
INDEC
Precios
Subsidios

**7. ¿En qué sitios de Internet se informa sobre economía?**

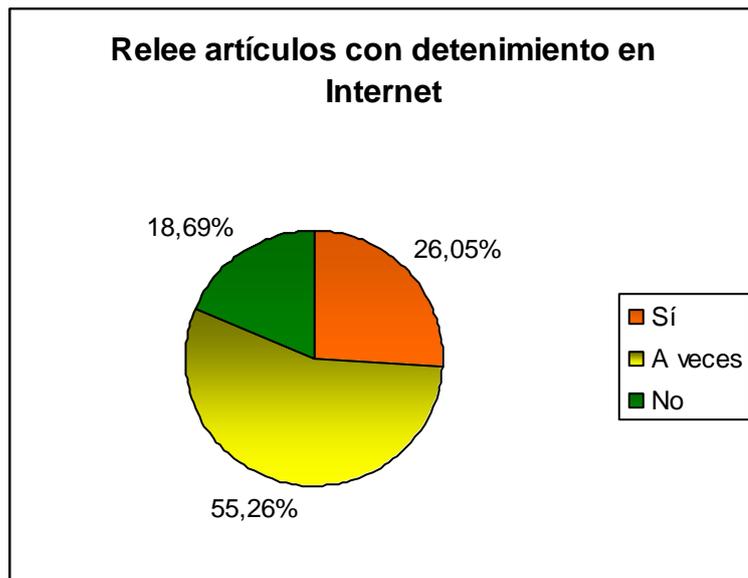
Sitios de Internet en los que se informa de economía
La voz.com
Diarios on-line
Clarín
Cadena 3
Blogs
Infobae
Diarios internacionales
Ámbito Financiero

Perfil
La Nación Online
Página 12
TN
Yndimedia
BCRA
Invertir online
Le Monde
Punto a Punto
Comercio y justicia
Revista Mercado
BBC
Google Noticias
Crónica
Ministerio de Economía
Infoespacios
The Economist
INDEC
Día a día online
Prensa institucional de organizaciones
La mañana de Cba.
Revista Fortuna
El Argentino
Yahoo diario online
Twitter
Blogs
You Tube
Córdoba Noticias

8. Solo si mencionó en la 13 algún diario. Cuando ingresa a un diario en Internet, ¿abre los artículos económicos para leerlos con detenimiento?

Relee artículos con detenimiento en Internet	Total 2010
Sí	26,05%
A veces	55,26%
No	18,69%
Total	100,00%

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

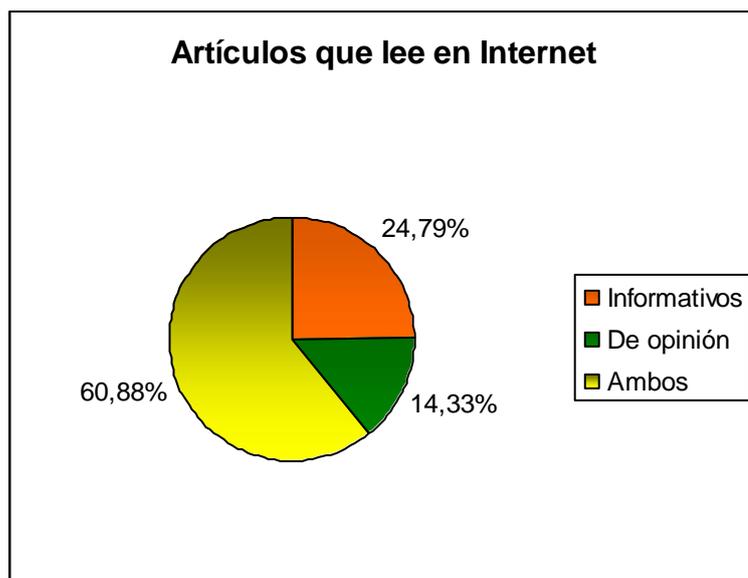


Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

### 9. En los sitios de Internet que consulta lee básicamente sobre :

Artículos que lee en Internet	Total 2010
Informativos	24,79%
De opinión	14,33%
Ambos	60,88%
Total	100,00%

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

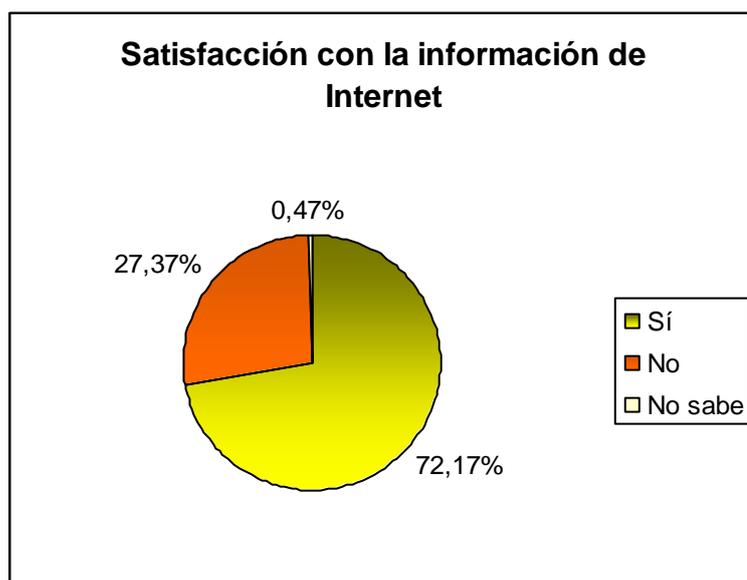


Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

**16. ¿Está satisfecho con la información / análisis económico que encuentra en Internet?**

Satisfacción con la información de Internet	Total 2010
Sí	72,17%
No	27,37%
No sabe	0,47%
Total	100,00%

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

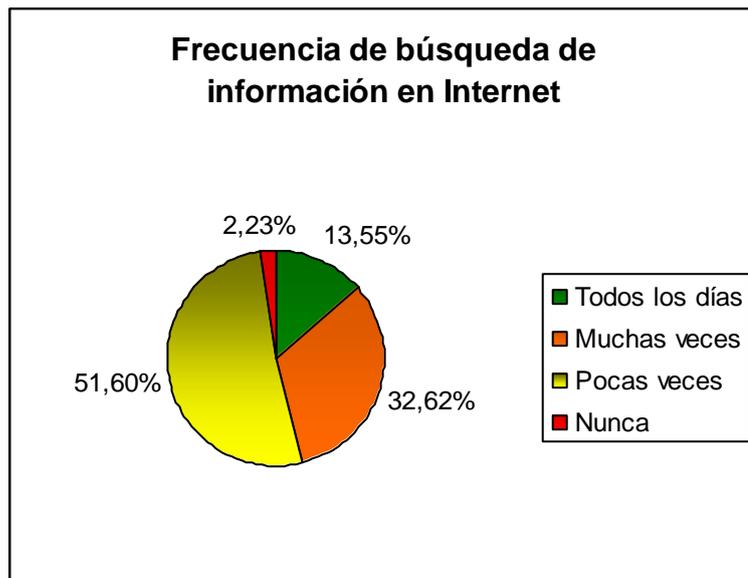


Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

**17. ¿Con qué frecuencia busca información económica en Internet?**

Frecuencia de búsqueda en Internet	Total 2010
Todos los días	13,55%
Muchas veces	32,62%
Pocas veces	51,60%
Nunca	2,23%
Total	100,00%

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

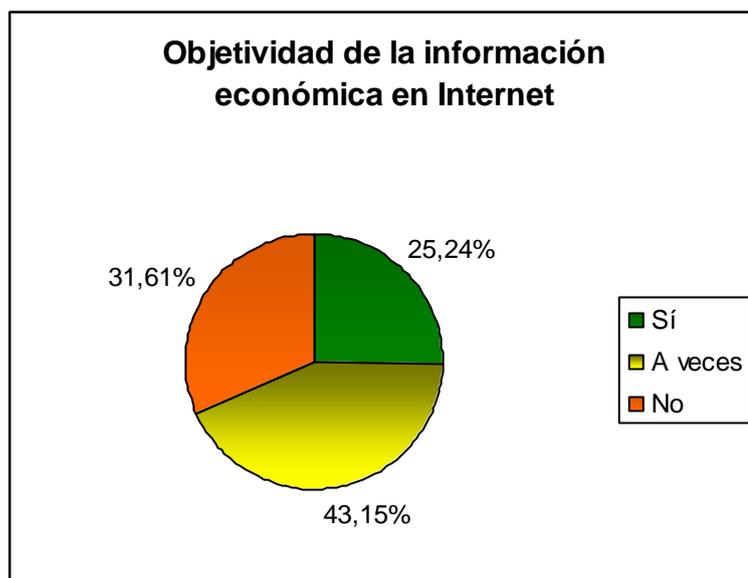


Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

### 18. Considera que la información económica en Internet, ¿es objetiva?

Objetividad de la información económica en Internet	Total 2010
Sí	25,24%
A veces	43,15%
No	31,61%
Total	100,00%

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.



Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

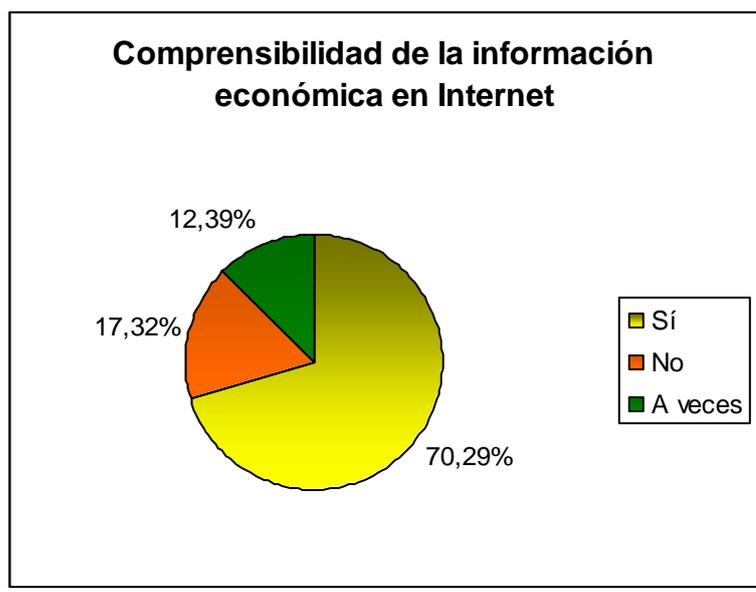
### ¿Por qué?

Porque Sí	Porque No	Porque a veces
Porque consulta sólo información de servicio	No es posible la objetividad	Depende de línea editorial del medio
Confianza/fidelidad en el medio	Los medios responden a diferentes intereses	Porque son fuentes alternativas
En Internet se encuentran muchas y diferentes voces, datos y análisis	Los sitios son poco confiables	
	Nunca se dice todo	
	Se van por las ramas	
	Comentarios sin sentidos ni justificación	

**19. ¿Considera que la información económica en Internet es comprensible?**

Comprensibilidad de la información económica en Internet	Total 2010
Sí	70,29%
No	17,32%
A veces	12,39%
Total	100,00%

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

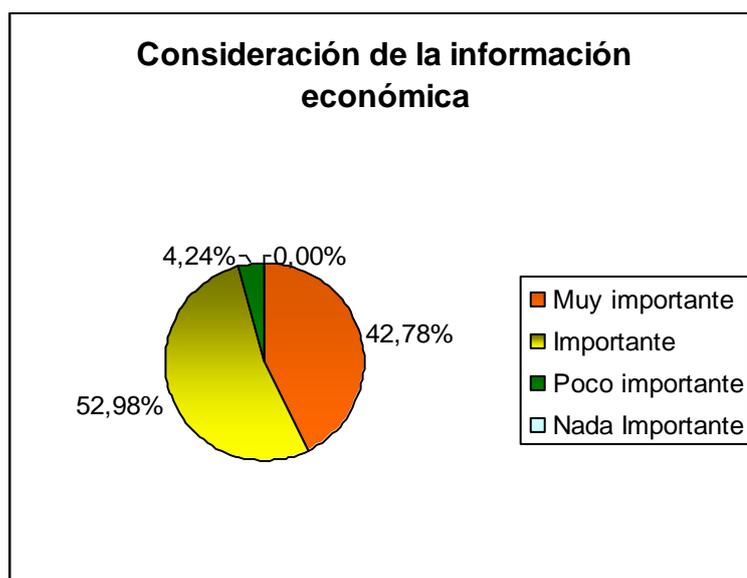


Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

**20. ¿Considera a la información económica importante?**

Consideración de la información económica	Total 2010
Muy importante	42,78%
Importante	52,98%
Poco importante	4,24%
Nada importante	0,00%
Total	100,00%

Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.



Fuente: Facultad de Letras, ECI, FCE, Zona Bancaria y plaza San Martín de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2010.

### ¿Por qué?

Porque es Muy importante e Importante	Porque es Poco Importante
Es un deber cívico	Para orientarse en lo cotidiano y organizarse día a día
Afecta la economía propia, a nivel individual	Mantenerse alerta a lo que sucede
Define el rumbo del país	Distintos problemas de corrupción o de mala información que se encuentran vigente en la memoria de los argentinos
La economía influye en todos los aspectos de la vida	Todo lo que pasa en la televisión o en los diarios son todas mentiras
Es saber acerca de cómo está el país hacia adentro y hacia fuera	No es esencial en la vida
Se relaciona con la carrera estudiada	Es poco interesante
Para entender lo que hablan los medios	
Nos ayuda a entender la realidad	
Para poder mejorar algunos aspectos	
Para ampliar el campo de conocimiento	
Para saber cómo actuar frente a determinadas circunstancias	
Para orientarse en lo cotidiano y organizarse día a día	
Mantenerse alerta a lo que sucede	
Para manejar la familia, saber lo que pasa y pasará	
Para poder estar "preparados" ante cualquier cosa y saber que hacer	
Para saber donde uno esta parado en la realidad del país	

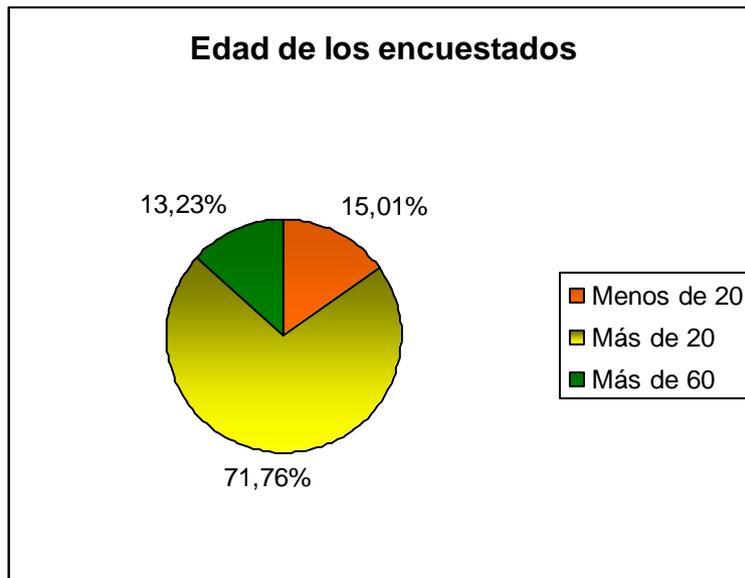
La economía atraviesa todos los sectores de la sociedad	
Para estar informado acerca de los movimientos económicos y de capital que se producen en el país y que realiza el Gobierno	
Sirven para comprender la realidad en la cual estamos inserto	
Aspecto de cultura general	

## PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL PROCESAMIENTO TOTAL DEL AÑO 2011

### Edad de los encuestados:

Edad de los encuestados	Total 2011
Menos de 20	15,01%
Más de 20	71,76%
Más de 60	13,23%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

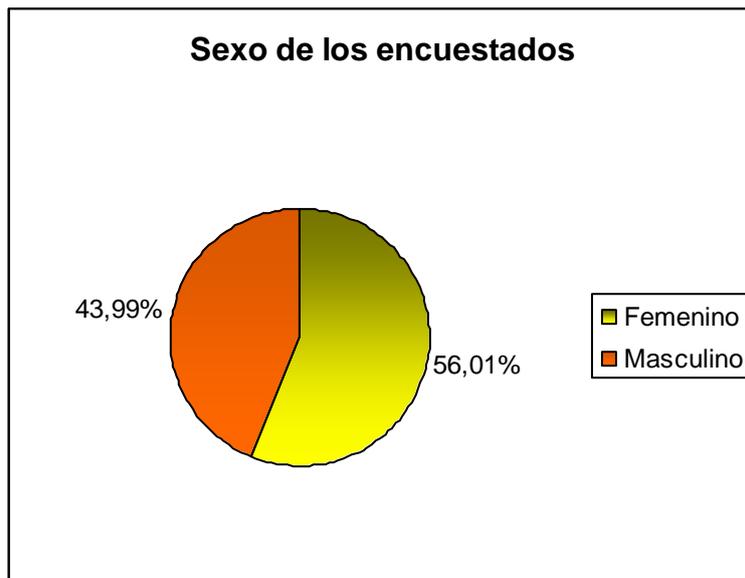


Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

### Sexo de los encuestados:

Sexo de los encuestados	Total 2011
Femenino	56,01%
Masculino	43,99%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

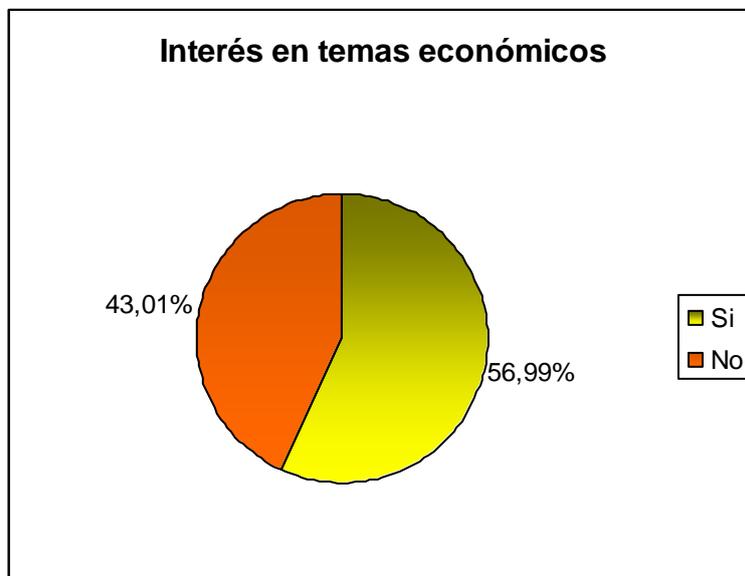


Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

#### 10. ¿Se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos?

Interés en temas económicos	Total 2011
Si	56,99%
No	43,01%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

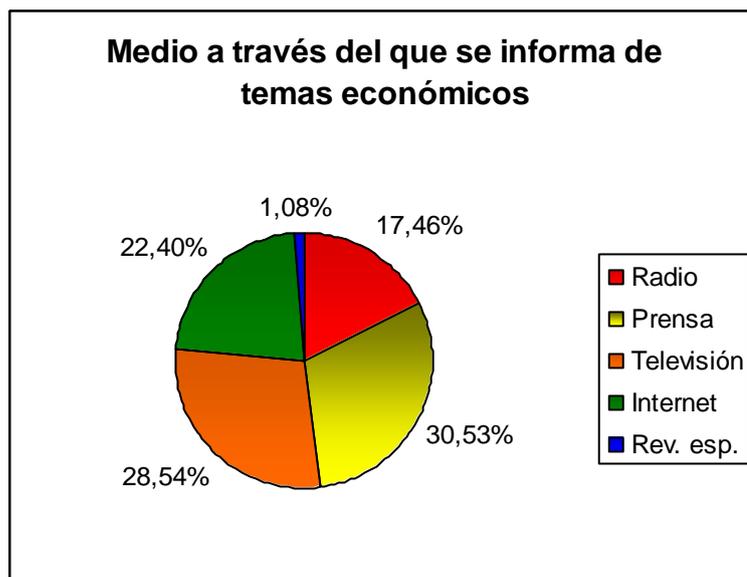


Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

#### 11. ¿A través de qué medios lo hace?

Medio a través del que se informa de temas económicos	Total 2011
Radio	17,46%
Prensa	30,53%
Televisión	28,54%
Internet	22,40%
Rev. esp.	1,08%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.



Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

### 3. ¿Cuál es la prensa que lee principalmente para informarse de temas económicos?

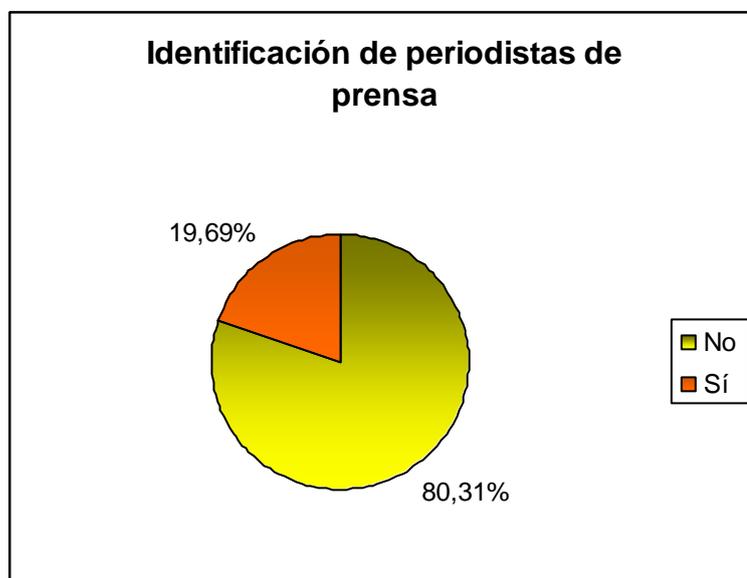
Prensa que lee para informarse de temas económicos
La Voz
Clarín
Ámbito Financiero
La Mañana de Córdoba
La Nación
Página 12
Día a Día
Comercio y Justicia
New York Times
El Cronista
Hoy Día Córdoba
Busines Week
Revista mercado
Noticias
Inversor Global
Libre
Los Andes
El Diario de Villa María
Apyme

Le Mond Diplomatique
Revista Punto a Punto
Lade
Revista Pymes
Perfil

#### 4. De esa prensa ¿identifica algunos periodistas?

Identificación de periodistas de prensa	Total 2011
No	80,31%
Sí	19,69%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.



Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

#### ¿A quienes?

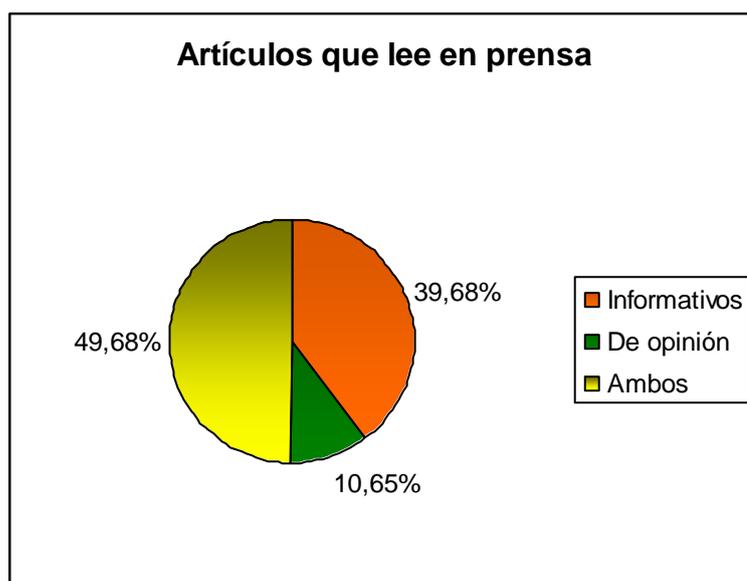
Periodistas identificados de prensa
Mario Pereyra
Laura Gonzalez
Jorge Cuadrado
De Pablo (Bs As)
Gabriela Origlia
Joaquín Morales Solá
Liliana Franco
Miguel Clariá
Luis Kempa
Magdalena Ruiz Guiñazu
Fernando Gonzalez
Nelson Castro
Juan Turelo
Anahí Abeledo

Miguel Ángel Gutiérrez
Leandro Zononi
Pablo Rossi
Luis Beldi
Arturo Miguel Heredia
Marcelo Bonelli
Darío Gallo
Roberto Bataglino
De Pablo
Caballero
Marcelo Zlotogwiazda
Daniel Salzano
Grondona
Silvestre
Pablo Wende
Santos
Luciano Galende
M. Wainfield
Lalo Freyre
Walter Giannoni
Torres
Maxi Rodríguez
Jorge "Petete" Martínez
Vanderkool
Ricardo Domínguez
María Laura Santillán
Walter Gianonni
Trebber
Ernesto Tenenbaum
Silvia Franco
Trucco
Jorge Rossi
Claudio Fantini
Jorge Lanata
Zaiad
Carreras
Pratt Gay
Canengeser
Melconian

##### 5. Los artículos que lee son:

Artículos que lee en prensa	Total 2011
Informativos	39,68%
De opinión	10,65%
Ambos	49,68%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.



Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

## 6. ¿Está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio?

Satisfacción con la información de prensa	Total 2011
Sí	62,65%
A veces	24,83%
No	12,52%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

### ¿Por qué?

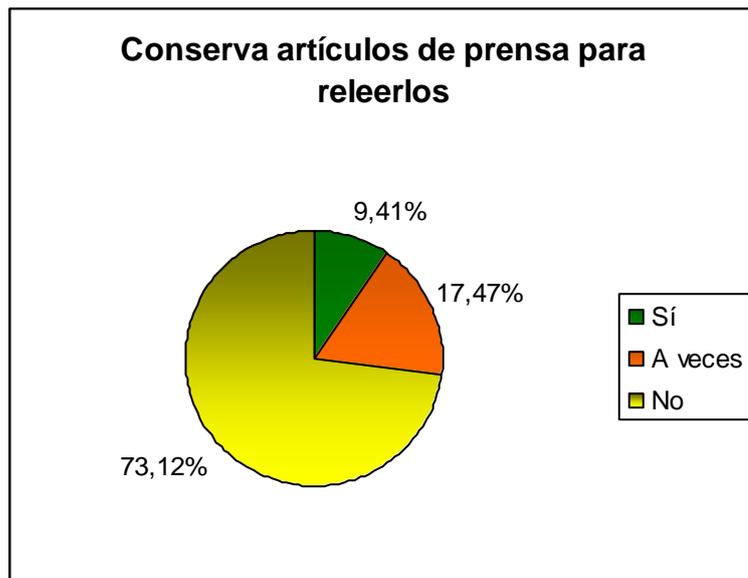
Porque Si	Porque a veces	Porque No
Temas relevantes	Falta a la realidad	La falta de veracidad en los datos
La información de una forma acabada y completa	No siempre informan lo que uno necesita	Falta de claridad en la redacción
Es informativo	Porque esa información pocas veces es clara	A veces lees cosas escritas por presión oficial y eso no está bueno
Es suficiente	Se dejan temas inconclusos	A veces no se entiende la terminología
La información es clara y muchas veces es objetiva	No siempre informan lo que uno necesita	Es subjetiva
Información completa		Es tendencioso
La comprendo	Consideraban que falta compromiso	Les cuesta mucho entender el vocabulario específico que se maneja
Responde a mis expectativas	Son subjetivos	Todo responde a los intereses de las empresas multinacionales
Es útil	Faltan temas o seguían una línea editorial marcada	No corresponde con lo que sucede en la realidad
La información que le provee ese medio reúne diversos puntos de vista	No se entienden algunos temas	Muy escuetos
Les parece completa y bien redactada	Te muestran lo que ellos quieren	la subjetividad

Los hace sentir informados	Informan específicamente sin tener en cuenta el contexto	Es información mal manejada
Con esa información les es suficiente	No responde a mis inquietudes	Los artículos que se leen vienen cargados de subjetividad en la mayoría de los casos o con una línea política definida
Cubre lo que quiero saber	No lo desarrollan como quiero	No siempre te dicen lo que quieres leer
No es todo tan completo	No siempre estoy de acuerdo con lo que dicen	En la lectura hay que filtrar algunos conceptos o propuestas
Lo que se dice en el diario puede observarse en la realidad	A veces me entero de cosas que no me gustan	
Muchas veces la información es confusa, faltan gráficos e infografías y no es clara	Según el medio es la información brindada;	
No todos los diarios contienen la misma información	Algunos artículos son más fáciles de entender que otros	
Porque la información va al público en general y es poco específica	Los datos otorgados por medio que tiene relación con el INDEC no son realmente correctos con lo estimado hoy en día.	
Responde lo que busca		
Es muy claro con lo que dice		
Es un diario de buen tiraje		
Dan la información como es.		

## 7. ¿Conserva los artículos económicos para releerlos?

Conserva artículos para releerlos	Total 2011
Sí	9,41%
A veces	17,47%
No	73,12%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

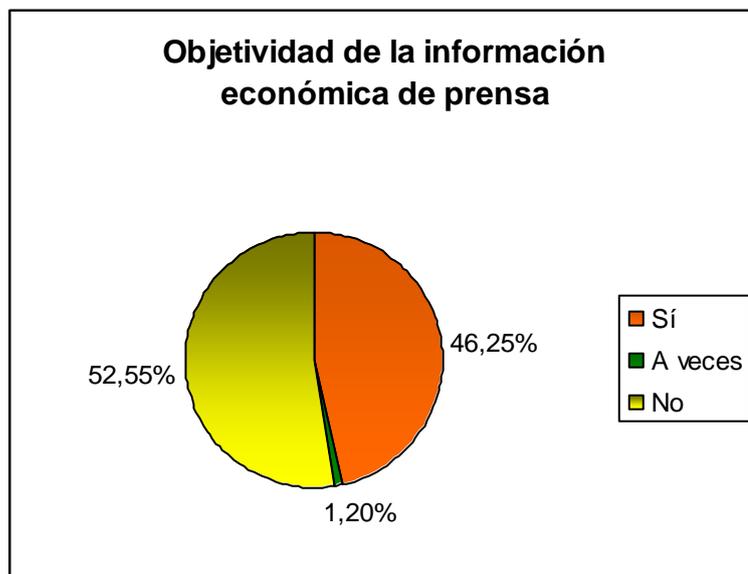


Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

#### 8. Considera que la información económica en esos diarios, ¿es objetiva?

Objetividad de la información económica de prensa	Total 2011
Sí	46,25%
A veces	1,20%
No	52,55%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.



Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

## ¿Por qué?

Porque Si	Porque No
Veracidad de los hechos	Partidismo
Ética periodística	Intereses personales
Contraste de los hechos con la realidad	Teñir de ideología la noticia
Al contratar con la realidad es certero, aunque a veces incompleto	Defienden su postura
Buen desarrollo de temas específicos.	Fuentes poco confiables
Buenas fuentes	Hablan de mas
Dice lo que pasa	Información subjetiva
No están con el gobierno	Falta a la realidad
Periodismo profesional	La información está "dibujada", y que depende de la posición ideológica de los dueños del medio
Porque es del interior	La información está manipulada, que es tendenciosa y que a veces se observan fuertes inclinaciones ideológicas.
Al contratar con la realidad es certero, aunque a veces incompleto	La línea editorial
Corresponde a la realidad	La parcialidad a la hora de redactar notas
Brinda información que beneficia al medio	Ningún medio es objetivo
Debe serlo	Dicen lo que les conviene
Su medio no involucra ideologías en la información	Nunca se deja de lado la subjetividad
Son independientes	No coincide con la realidad
Las notas no benefician ningún interés particular,	Siempre hay carga subjetiva
Son críticos en las noticias y por eso no se perdía la objetividad	Hay diferentes intereses económicos
Es veraz y concuerda con la realidad	Los periodistas siguen diferentes lineamientos de pensamiento
La información condice con los hechos de la realidad	Los diarios están influenciados por partidos políticos
No hay manipulación de la realidad	Muchos periodistas siguen los intereses del medio para el que trabajan

## 9. ¿Considera que la información o el análisis económico en esos diarios es comprensible?

Comprensibilidad de la información en prensa	Total 2011
Sí	84,79%
No	14,33%
A veces	0,89%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.



Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

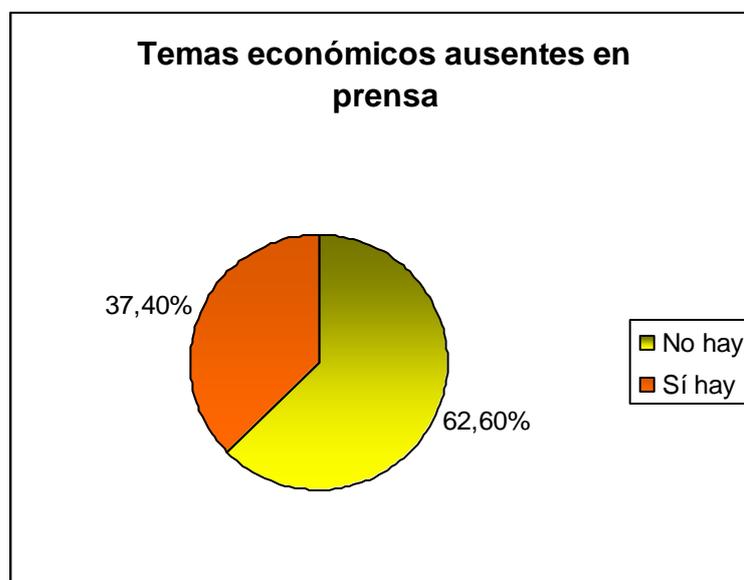
### ¿Por qué?

Porque Sí	Porque No
Utilizan la claridad	Lenguaje muy técnico
De fácil lectura	Falta de claridad en la redacción
Información está tratada por el periodista	Falta de desarrollo de la información
Apuntan para que la información nos llegue más fácil	Porque no son claros
Claros y directos para informar	Terminología muy técnica
Las terminologías que utilizan	Tiene vocabulario especializado
Hablan de lo que pasa	A veces se utilizan frases o palabras complicadas, con terminología técnica
Es sintético	Porque la forma en la que explican es muy rebuscada y "mareada"
Tiene vocabulario sencillo	Porque se dejan fuera muchos temas
Lo entiende	Lenguaje técnico
Se utiliza un vocabulario bien redactado, simple (básico) y práctico	Palabras complicadas
Entendible para gente que no es especialista en el tema. Varios dijeron: "Si la entiendo yo, la entiende cualquiera"	
Es fácil de entender	
Se hace un buen tratamiento sobre los temas;	
Utiliza un buen vocabulario,	
Responde a lo que busca la gente	
Hecho para un público que busca informarse	
Es asimilable a la realidad	
Utiliza un lenguaje cotidiano	
Los temas están bien explicados	
Vocabulario sencillo,	
Desarrollados brevemente	

### 10. ¿Que temas económicos considera que están ausentes en esos diarios?

Temas económicos ausentes en prensa	Total 2011
No hay	62,60%
Sí hay	37,40%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.



Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

### Temas económicos ausentes en la prensa

- Un análisis más didáctico de los temas
- Niveles de desocupación
- Índices de pobreza
- Índices de la economía más positivos
- Debate sobre los sueldos
- El Dólar
- El PBI y el PBIN
- Emprendimientos
- Países extranjeros
- Inflación real
- Recursos humanos – Pymes
- Supermercados esos no están claros
- Inversiones
- La crisis mundial
- El verdadero motivo porque no se pueden comprar dólares
- Sobre el MERCOSUR y los demás bloques
- Información sobre agricultura, viñedos
- Temas gremiales y de sueldos públicos
- Las finanzas del gobierno, que están un poco desdibujadas
- MERCOSUR, más información sobre América Latina y no tanto sobre Europa
- Proyecciones y análisis a futuro
- Temas macroeconómicos y tributarios
- Reconocimiento de la pobreza
- Información de la gente de la calle - El día a día, la canasta y demás
- La problemática de los recursos naturales, ambiental y energética
- El verdadero motivo porque no se pueden comprar dólares
- Sobre el MERCOSUR y los demás bloques
- Información sobre agricultura, viñedos
- Temas gremiales y de sueldos públicos
- Las finanzas del gobierno, que están un poco desdibujadas
- MERCOSUR, más información sobre América Latina y no tanto sobre Europa

Proyecciones y análisis a futuro  
 Temas macroeconómicos y tributarios  
 Reconocimiento de la pobreza  
 El día a día, la canasta y demás  
 La problemática de los recursos naturales, ambiental y energética  
 Financiamiento para emprendimientos  
 Temas de bancos y manejo de dinero  
 Sobre las pensiones de jubilados  
 Canasta familiar  
 Deuda externa e interna  
 Asuntos agropecuarios  
 Sobre minería  
 Sobre la reforma tributaria  
 Pequeños empresarios  
 Economía del interior del país  
 Economía informal  
 Ganancia de las multinacionales  
 UNASUR  
 Salud  
 Educación  
 Costos sobre infraestructuras  
 Impuesto a las ganancias  
 Influencia del narcotráfico en economía  
 Inflación  
 Salario  
 Pobreza  
 Desempleo  
 Empleo en blanco  
 Crecimiento económico del país  
 Trabajo en negro  
 Profundidad en la información  
 Deuda externa  
 Costo de vida  
 Aportes jubilatorios  
 Confiabilidad en los mercados  
 El contexto económico  
 Merval

## 12. ¿En qué sitios de Internet se informa sobre economía?

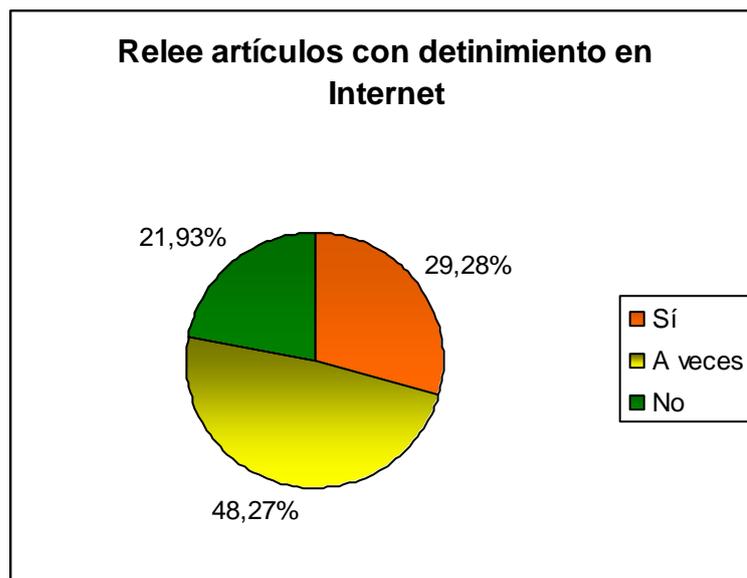
Sitios de Internet en los que se informa de economía
La Voz del Interior
Infobae
Cadena 3
Clarín
Ámbito financiero
Infonegocios
La Nación
La Mañana
TN
Córdoba Noticias
Economía para todos
Página 12
redes sociales (Facebook o Twitter)
Comercio y Justicia
Google
Wikipedia
Punto a Punto
BBC Mundo

Notibancos
Diario de Villa María
BCRA
Diario show
Cronicatv.com
El mercurio
Elpais.com
Mecon
El cronista
La republica
C5N
Perfil.com
Wallstreejou
Iprofesional
Blog de Cavallo
Blog de Depablo
Informador público
Política y desempleo
Cepal
El mejor trato
Mercado digital
Invertir
Le monde diplomatique
Revista APYME

13. Solo si mencionó en la 13 algún diario. Cuando ingresa a un diario en Internet, ¿abre los artículos económicos para leerlos con detenimiento?

Relee artículos con detenimiento en Internet	Total 2011
Sí	29,28%
A veces	48,27%
No	21,93%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

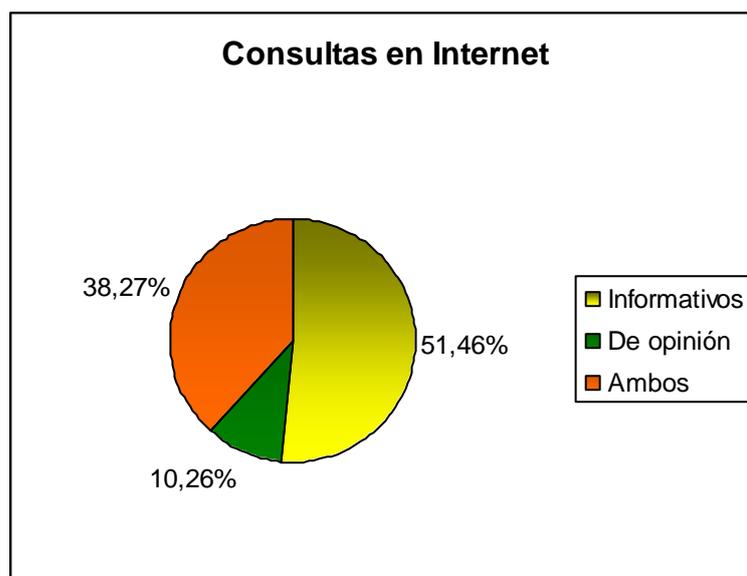


Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

**14. En los sitios de Internet que consulta lee básicamente sobre :**

Consultas que lee en Internet	Total 2011
Informativos	51,46%
De opinión	10,26%
Ambos	38,27%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

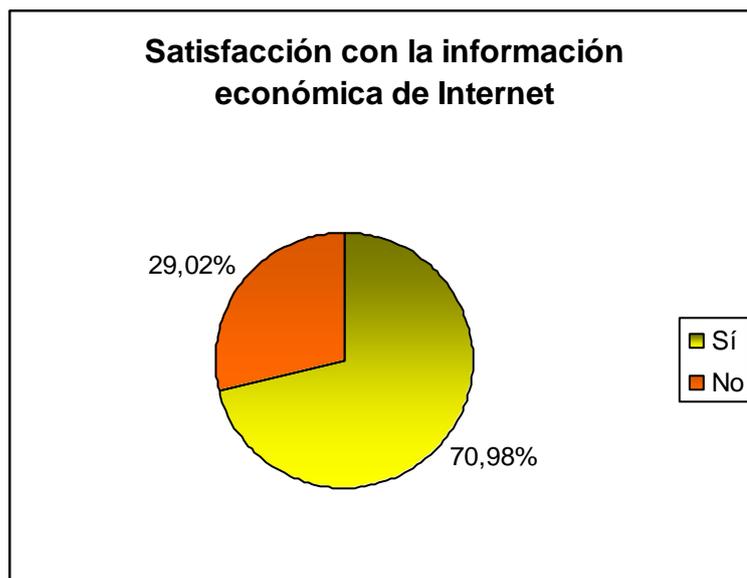


Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

**16. ¿Está satisfecho con la información / análisis económico que encuentra en Internet?**

Satisfacción con la información económica de Internet	Total 2011
Sí	70,98%
No	29,02%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, peatonal, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.



Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, peatonal, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

**¿Por qué?**

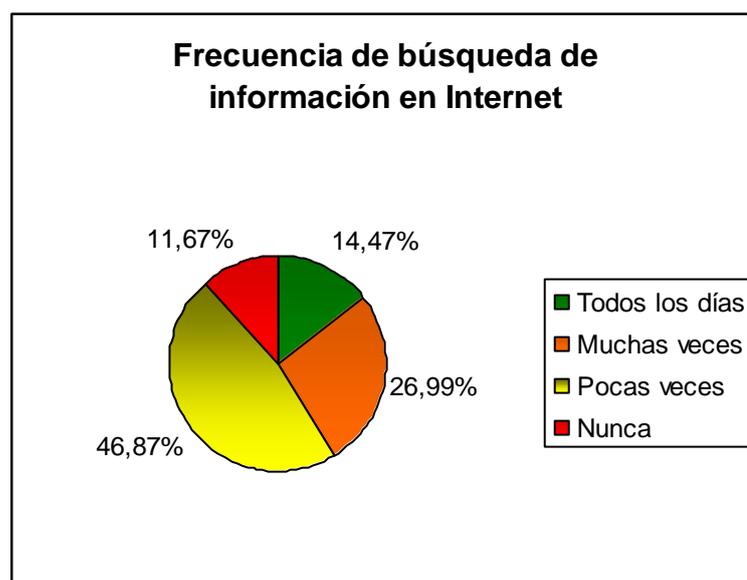
Porque Sí	Porque No
La variedad	La información podría ser más profunda
La precisión	No es claro
Actualización de las noticias	Faltan críticas y puntos de vista
Entro a sitios confiables	No está chequeada. Cualquiera puede subir información a la Web
Buena, completa y variada	Es subjetivo
Siempre que aparezcan y se citen las fuentes	La información es incompleta, poco confiable, engañosa, confusa y muchas veces contradictoria
Porque es información prácticamente en tiempo real	Es subjetiva y que contiene algún tipo de sesgo ideológico
Porque todo pasa y se encuentra primero por Internet	Espera más compromiso
Porque contiene amplia información	Más temas o más reflexiones
Es igual que el impreso	No siempre responde a lo que busco
Mirada objetiva	Son poco objetivos
Porque es comprensible	Porque es muy limitada y corta
Trata temas actuales	
Responde a la realidad	
Información completa, que se	

actualiza constantemente, precisa, útil, variada y detallada	
No son muy exigentes a la hora de leer	
No tienen tiempo de consultar otros medios	
Les brinda exactamente lo que buscan con sólo hacer un clic	
Oportuna	
Lo que necesitaban	
Útil	
Actual	
Responde a lo que busco	
Hay mucha variedad de opiniones y perspectiva	
La información es mas actualizable e instantánea	
Es menos detallada	
Es el medio más completo	
Hay muchas opciones	
Atractiva y de mayor calidad	

### 17. ¿Con qué frecuencia busca información económica en Internet?

Frecuencia de búsqueda en Internet	Total 2011
Todos los días	14,47%
Muchas veces	26,99%
Pocas veces	46,87%
Nunca	11,67%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, peatonal, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

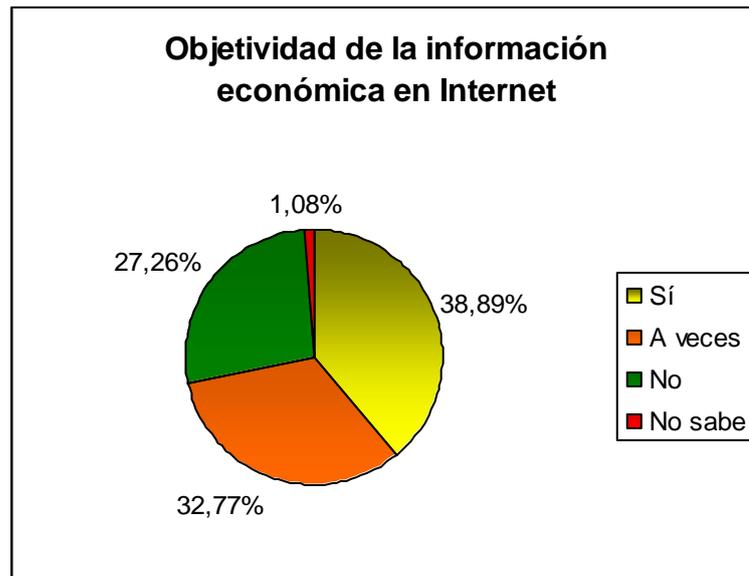


Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, peatonal, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

### 18. Considera que la información económica en Internet, ¿es objetiva?

Objetividad de la información económica en Internet	Total 2011
Sí	38,89%
A veces	32,77%
No	27,26%
No sabe	1,08%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, peatonal, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.



Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, peatonal, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

### ¿Por qué?

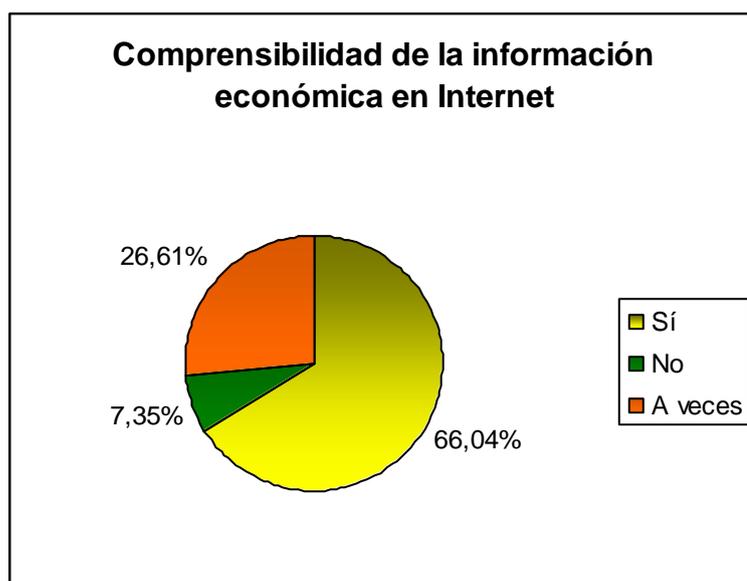
Porque Sí	Porque No	Porque a veces
Está escrita con criterio	Son imparciales	Los medios están muy ideologizados
Es la realidad	Los periodistas ponen opiniones propias	No siempre tratan un tema sin valorarlo
Siempre que no hablen del gobierno, por las cifras del Indec	Defienden una postura	
Por la variedad de personas que la suben	Depende mucho de los arreglos con el Gobierno	No siempre tratan un tema sin valorarlo
Crítico	Depende de quién escriba y suba la noticia	Depende de quién escribe
Buenas fuentes	Intereses económicos	De las distintas versiones de un hecho
Refleja la verdad	Faltan críticas y puntos de vista	Se oculta y/o descontextualiza información
Es completa	Falta a la realidad	Dependiendo la información que tratase el medio dependía su objetividad
Tiene diversidad de fuentes	Dicen todos lo mismo	Depende del tema

		económico
Los diarios no pertenecen a grandes grupos económicos	Depende de la pagina visitada	Está más resumida la información que en un diario.
Tienen miradas criticas	Responde a la ideología del medio	Hay algunas que son muy detalladas y se complica.
Por las apreciaciones	Depende de quién es el dueño de la página y sus administradores, y de la línea de pensamiento de quien la lee	Depende quién escriba el artículo.
Hay muchas opiniones	No se puede encontrar un medio equidistante debido a que está muy sesgada la información.	Depende si tiene gráficos para hacer más entendible la información.
Porque muestra lo que es	Miradas parciales o se notaba la línea editorial que profesan	
La gente que la escribe es gente reconocida en el medio.	Eran sesgadas las notas económicas	
Adhieren a la noticia con un contraste social.	Depende mucho de los diarios	
Es más detallada y sin sesgos.	Muchos temas que se omiten	
Es más fácil de leer que en los diarios.	No creo en la objetividad de los medios	
Hablan en términos más claros y cuando no entendés hay enlaces que te dan el significado de la misma.	Lo que se cuenta no coincide con la realidad	
	No se dice la verdad	
	Porque en algunas oportunidades utilizan conceptos o palabras que desconozco.	

### 19. ¿Considera que la información económica en Internet es comprensible?

Comprensibilidad de la información económica en Internet	Total 2011
Sí	66,04%
No	7,35%
A veces	26,61%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, peatonal, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.



Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, peatonal, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

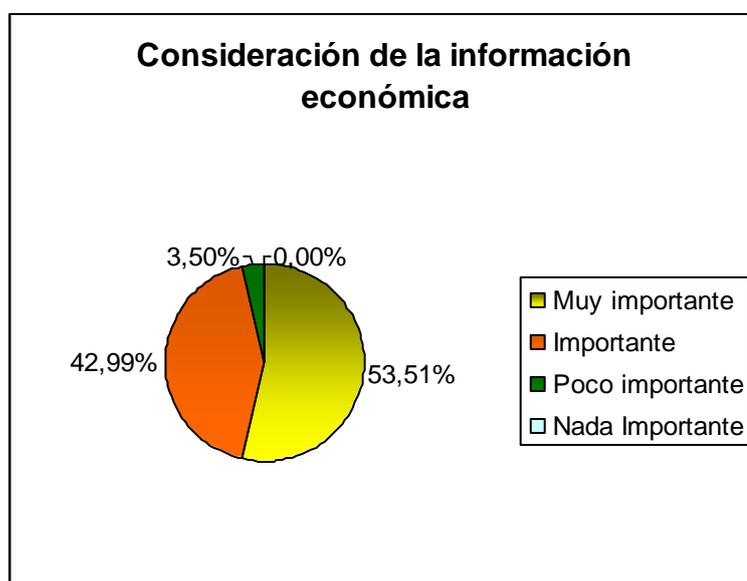
### ¿Por qué?

Porque Sí	Porque No	Porque a veces
La información es precisa	Utilizan tecnicismos que no llegan a entender.	La información no es clara
Clara	Usan terminología técnica	No es expresada de una forma que llame la atención del lector
Fácil de leer	Vocabulario complejo	Siempre depende de quien la escribe y de las fuentes consultadas
Contiene vínculos y gráficos	A veces no se desarrolla bien y no se entiende lo que quiere decir	Depende el tema que se aborde y el modo que lo hagan
Los sitios están hechos para todo público	Porque se dejan fuera muchos temas	
Vocabulario de fácil comprensión		
Depende de quien firma la nota		
Utiliza vocabulario comprensible		
Es rápida, concreta y clara, porque está dirigida al común de la gente y usa términos cotidianos		
Se desarrolla con más amplitud que en la prensa en papel.		
El vocabulario es simple		
Es más actualizable y cuenta con mayor espacio		
Es simple		
Es fácil de leer		
Es corta y precisa		
Brinda distintas perspectivas		
Permite el seguimiento en los		

## 20. ¿Considera a la información económica importante?

Consideración de la Información económica	Total 2011
Muy importante	53,51%
Importante	42,99%
Poco importante	3,50%
Nada Importante	0,00%
Total	100,00%

Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, peatonal, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.



Fuente: Plaza San Martín, Patio Olmos, peatonal, zona bancaria, ECI y FCE de la Ciudad de Córdoba - Noviembre 2011.

### ¿Por qué?

Porque es Muy importante	Porque es Poco Importante
Es importante saber en qué situación nos encontramos como sociedad.	No le presto mucha atención
Poder tomar mejores decisiones	No porque no la entiendo
Para que la economía no afecte sus vidas	Hay cosas mucho más importantes que el dinero y la economía
Es el pilar de un país	Con lo básico me basta
Estamos condicionados por la economía	Con lo poco que gano, no me interesa informarme de economía, si a mí me va mal al país no le importa.
Se conoce el sistema económico con esa información	Para entenderla hay que ser un especialista y que prefieren basarse en su propia realidad
Por cuestión de trabajo	Porque muchas veces es falsa
Si la economía está bien, el país está bien	

De acuerdo al presente económico se planea el futuro	
Afecta la vida diaria	
Por mi trabajo, debo saber que es lo que pasa.	
Te dice lo que pasa con todo, inflación, precios aumentos, pagos, todo	
Para la estabilidad laboral y los proyectos	
Porque te permite proyectar y actualizarse	
Porque la sociedad se rige por la economía	
Porque le interesa la economía	
Refleja los problemas básicos de la sociedad, permitiéndonos organizarnos en la vida	
Nos permite proyectar y basarnos en el futuro	
La economía mueve el mundo y nos gobierna	
Regula la vida de los individuos y los condiciona directamente	
Permite ubicarnos en nuestro contexto para así poder manejarnos y sobrevivir	
Es el motor de la sociedad y que nos permite entenderla	
Saber manejarnos en el día a día.	
Saber como son las reglas del juego	
Es importante para la vida cotidiana	
Sirve para tomar decisiones, a nivel personal y a nivel nacional	
Pilar básico y fundamental en la vida.	
Es uno de los pilares del gobierno	
La economía lo es todo	
Todas las decisiones pasan por ella	
Porque es la realidad del país	
Nos involucra a todos	
Es lo más fundamental. Estamos afectados	
Afectan muchas veces nuestro día a día.	
Sino no sería noticia siempre.	
Las decisiones se sujetan a la economía	
Es importante, pero más importante son las decisiones políticas	
Nunca debemos estar exentos de lo que sucede a nuestro alrededor.	

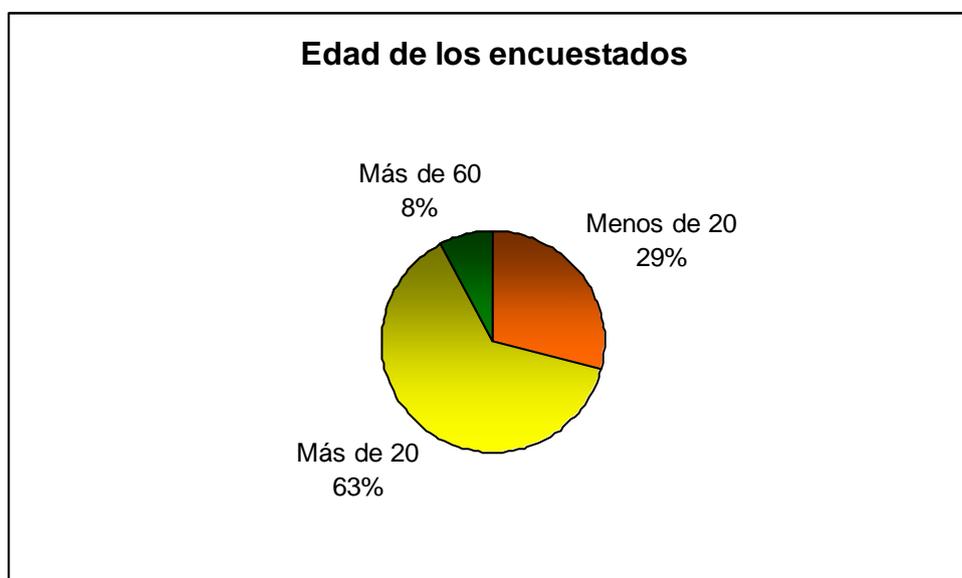
## PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL PROCESAMIENTO TOTAL DEL AÑO 2012

AÑO 2012: casos relevados en los meses de Octubre y Noviembre del año 2012.

Edad de los encuestados:

Edad	Total 2012
Menos de 20	28,91%
Más de 20	63,28%
Más de 60	7,81%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

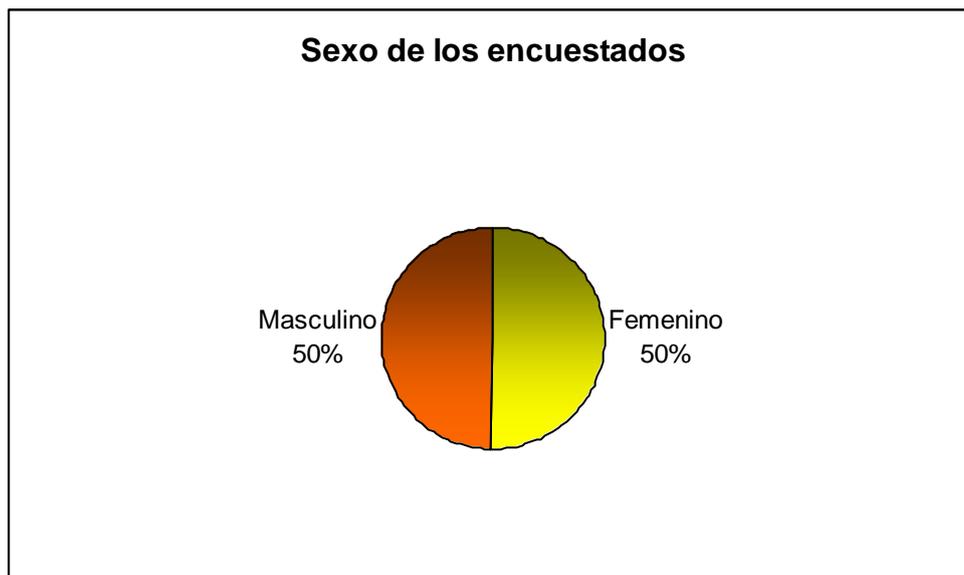


Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

Sexo de los encuestados:

Sexo	Total 2012
Femenino	50,24%
Masculino	49,76%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.



Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

#### Ocupación de los encuestados:

OCUPACIÓN	Total 2012
Administrador	1
Abogado	4
Agrícola	1
Albañil	5
Ama de casa	31
Arquitecto	1
Artesano	1
Artista	1
Canillita	1
Chapista	1
Comerciante	55
Contador	2
Contratista	1
Desocupado	18
Docente	35
Dueño negocio	1
Editor	1
Electricista	2
<b>Empleado/a</b>	<b>161</b>
Empresario	2
Entrenador	1
<b>Estudiante</b>	<b>498</b>
Farmacéutica	1
Independiente	1
Ingeniero	1
<b>Jubilado</b>	<b>40</b>

Lic. Comunicación	1
Locutor	3
Mecánico	1
Modista	1
Niñera	1
Obrero	1
Periodista	2
Policía	2
Político	1
Portero	1
Profesional	33
Psicóloga	1
taxista	1
Técnico	1
Vendedor	6
Viajante	1
Total	924

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

**1. ¿Se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos?**

Se interesa	TOTAL 2012
Si	61,48%
No	38,52%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.



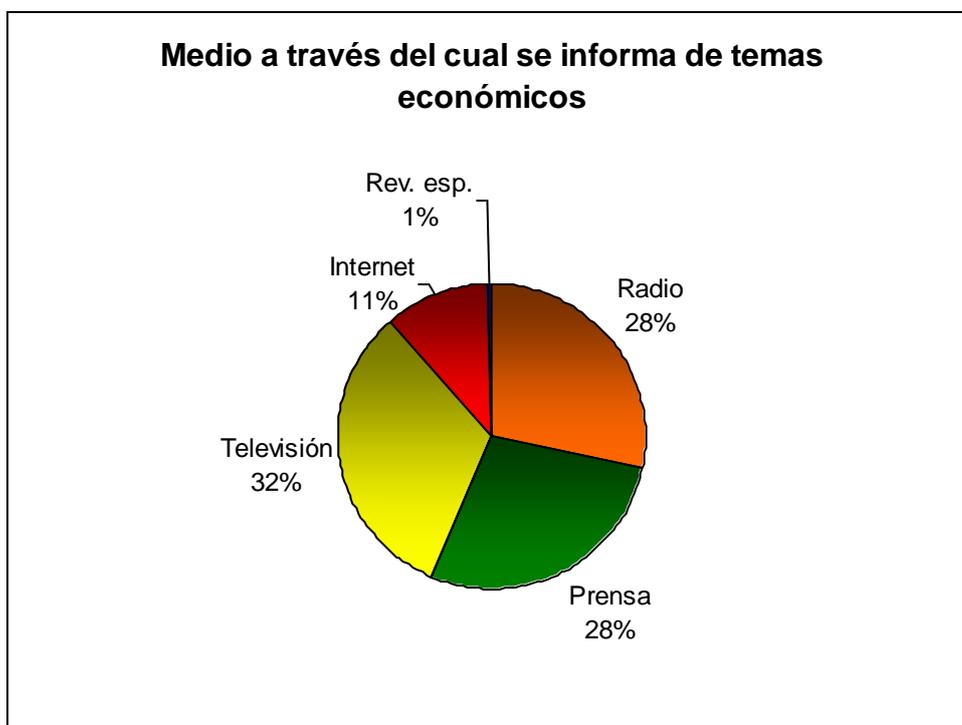
Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

**2. ¿A través de qué medios lo hace?**

Medio a través del cual se informa de economía	TOTAL 2012
Radio	28,39%
Prensa	28,08%
Televisión	32,14%

Internet	10,76%
Rev. esp.	0,62%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.



Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

**3. ¿Cuál es la prensa que lee principalmente para informarse de temas económicos?**

Prensa	TOTAL 2012
Ámbito Financiero	20
Cadena 3	1
Clarín	64
Comercio y Justicia	9
Correo Internacional	1
Día a día	14
El Comercio	1
El Cronista	1
El Mundo diplomático	1
El país	1
El resumen	1
El Tribuno de Jujuy	1
Faz (Alemania)	1
Financial times	1
Hoy día Córdoba	3

Inédito	1
Infonegocio	1
Internacionales	1
Iprofesional	1
La mañana	8
La Nación	37
<b>La Voz</b>	<b>192</b>
Le monde diplomatique	2
Marca	1
Nacionales	1
Página 12	33
Perfil	6
Periodismo de la Cámpora	1
Pregon	1
Prensa Obrera	1
Puntual (río Cuarto)	1
Suplemento Clarín	1
Suplemento de la Nación	1
Suplemento La voz	2
Tiempo Argentino	2
The Ecomist	1
Vértice económico	1
Wall Stret	1
Total	417

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

#### **4. De esa prensa, ¿identifica algunos periodistas?**

Identifica periodista de prensa	TOTAL 2012
Sí	26,51%
No	73,49%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

### Identificación de periodista de prensa



Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

Periodistas identificados de prensa	TOTAL 2012
Alejandra Gallo	1
Baglino	1
Alfredo Flury	2
Arturo Bonelli	4
Browistin	1
Cecilia Rostán	2
Daniel Alonso	1
Daniel Novak	1
Dante Sica	1
Dante Soria	1
Dellolorre Rau	1
Diego Dávila	4
Eduardo Arguila	1
Enrique Carrier	1
Faz	1
Claudio Fantini	2
Federico Tesore	1
Florencia Schevez	1
Freire	1
Grondona	1
Ismael Bermúdez	1
Jack Mihair	4
Jorge Ávila	1
Jorge Cuadrado	5
Jorge Fernandez	1
Jorge Lanata	14
Jorge Oviedo	2
José Luis Spert	1
José Pérez	1
Juan Turelo	4
Lalo Freyre	1
Lucia González Figueroa	1
Lousteau	1
Luis Beldi	1

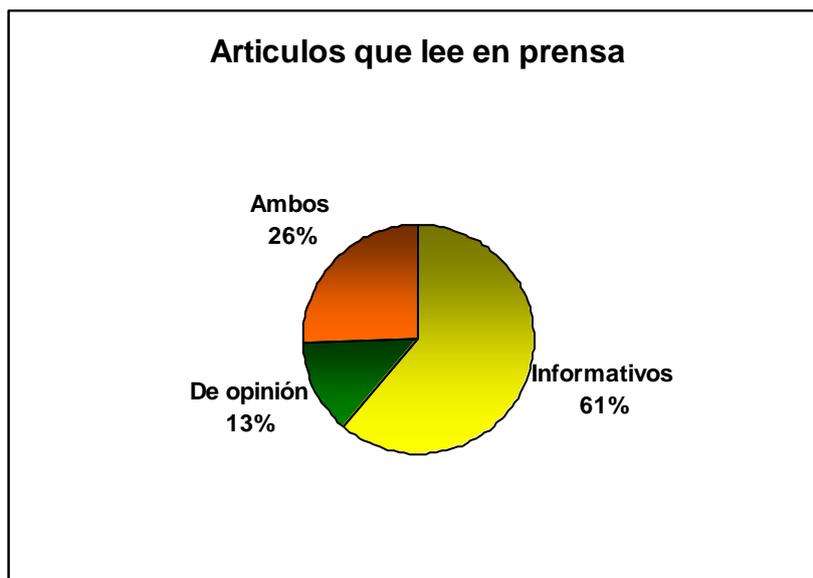
Luis Otero	1
Marcelo Zlotowaiska	1
Mariano Grondona	1
Mario Pereyra	2
Mario Saeta	1
Miguel Ángel Broga	1
Nelson Castro	3
Osvaldo Granados	1
Osvaldo Salas	1
Oviedo	1
Pablo Mas	2
Pablo Rossi	3
Paula Martinez	3
Pedro Briguel	1
Petete Martinez	1
Prat gay	1
Ricardo Canaletti	1
Roxana Acotto	6
Roxi	2
Scarpeta	1
Sebastian Ibanich	1
Sergio Carrera	1
Sergio Suppo	5
Slotoviazga	1
Toby	1
Trever	1
Verbisky	2
Walter Giononi	1
Total	114

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

##### **5. Los artículos que lee son:**

<b>Artículos que lee</b>	<b>TOTAL 2012</b>
Informativos	61,41%
De opinión	13,09%
Ambos	25,50%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.



Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

**6. ¿Está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio?**

Satisfacción con prensa	TOTAL 2012
Sí	70,45%
No	29,55%
A veces	0,00%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.



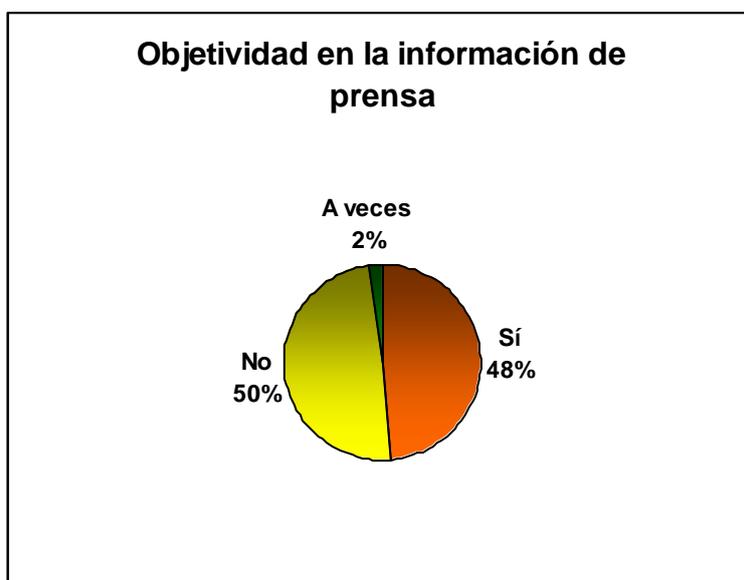
Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

**8. ¿Considera que la información económica en esos diarios, es objetiva?**

Objetividad en la LAURA Página 226	TOTAL 2012
---------------------------------------	------------

27/04/2022información de prensa	
Sí	48,48%
No	49,16%
A veces	2,36%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.



Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

### ¿Por qué?

Porque Sí	Porque A veces	Porque no
Bien documentados	Depende del clima político	Responden a un nivel
Análisis político en base a indicadores accesibles	Son opositores	No cree en la información que da
No se encuentra influenciado por políticas	Depende del artículo, pero si son informativos son objetivos	Pega al gobierno
Es una vista diferente del país	Tiene su tinte político	Los diarios no informan como son las cosas
Los que escriben tiene credibilidad	Depende del diario es oficial o de oposición	Depende desde donde se lo mira, influye por poder político
Muestran la otra cara		Por el precio del gobierno
Está de acuerdo con lo que dicen, cree en ellos y lo que dice		No existe
Imparciales		Demasiado tocado el Indec
Trata de ser objetiva		Mienten, dicen una cosa y es otra
Se ve la realidad		Nunca es objetivo, hay interes
Considero que es concisa		Se refiere a parámetros nacionales que no me agradan
en algunos puntos		Toda empresa responde a una ideología y a ideas políticas
No es oficialista		Muy pocas veces habla precisamente del teme económico

		ya no habrá tan bien concretamente de ellos
Generalmente		Por los impases, menos censurada la información
No es un diario del gobierno		Ningún medio teñido por tendencia política
Es más objetiva que la radio y tv.		Los artículos de opinión siempre son subjetivos
Escriben periodistas de diversas ideologías y vasta trayectoria		Información manipulada
Hablan desde su punto		Está manipulada
Más allá de todo se sujeta de la verdad		Es manipulada
La buena información de gente fiel a sus principios es cero		Depende el periodista
El análisis no puede ser subjetivo		Opositores al oficialismo
No brinda opinión		No existe
Las fuentes son confiables		No siempre, a veces está influenciada
Más allá de la mirada objetiva que tiene los periodistas, el diario refleja los temas tal cual suceden y los datos son certeros		No hay diversidad
Tratan los temas desde un punto de vista relativamente crítico		Tiene una línea
Son muy completos e informativos		A veces si otras no
Cuenta la verdad de los hechos		No se escuchan posiciones diferentes
Se mantiene neutral		Ocultan información
Poseo las herramientas suficientes		Se orienta siempre a determinadas ideologías
Confío en la seriedad de estos medios		Punto de vista específico
Desde mi perspectiva creo		Nunca es totalmente objetiva
Plantea bien la información		Responde a intereses económicos del diario
Sólo informa, relata los hechos, los describe		Responden a los intereses de grupo clarín
Es un diario serio		Hay temas que se dejan de lado
Piensa que dice la verdad		Manejos políticos
Favorece mucho		Posturas, ideologías de la de la tradición de los que trabajan n
Te explica bien paso a paso		A veces está incompleta
Depende del medio		Los medios persiguen intereses
No hay subjetividad		Dan a conocer los datos que les concierne con respecto al monopolio que pertenecen
Les creo		No se basan en lo que la gente pasa
Me cierra		Toda nota periodística está teñida de subjetividad
Leo información, no opiniones		No se juegan por sus ideales
Según el criterio del diario que es objetivo, no tienen la verdad absoluta		Atenta contra el gobierno en todo momento, por ahí miente
La realidad es de la que habla n bs as		Se que pertenece a un grupo económico que está en contra del gobierno
es la real no del gobierno		Siempre un poco de subjetividad hay
Dice la verdad y la realidad no disfrazada		No me parecen sinceros

Dice la verdad y está en contra del gobierno		Soy muy de un lado o del otro
Dicen la verdad		Son muy opositores pero al mismo tiempo creo más en lo que dicen
Son datos precisos		Se focalizan más en temas del momento
Muestran la realidad		Ningún medio es objetivo, hay que tomar todo con pinzas
Coincide con mi forma de pensar		Debido a que optan por participar de un modo
Muestran la realidad		Hay mucho interés en juego de por medio
Los aspectos económicos son objetos		Cada medio opta por una posición política
Es de lo más confiable de Córdoba		Depende de l ideología política de ahí su objetividad
Muestra la realidad sin opinar si está bien o mal		No es del todo entendible
La fuente es confiable		El pensamiento u opinión del periodista interviene en el diario
Analizan el tema que proponen		No existe la objetividad, todos tiene una ideología definida
Quien escribe relata, no opina		No considero que ningún artículo de ningún lado sea objetivo
Hay bastante coincidencia entre la realidad que nos cuentan y lo que se vive		Siempre hay un sesgo de subjetividad
La voz en especial		Siempre hay un sesgo ideológico
Los datos son correctos		No creo en la objetividad en la comunicación
Presenta un panorama real		Es del grupo clarín
Intenta reflejar la realidad		Dan cierto tipo de opinión que no deberían
Es la verdad		Es difícil la objetividad en el periodismo, creo que en parte sí,

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

Porque Sí	Porque no
Se apega a la realidad	Responde a determinados intereses o posiciones del gobierno
Siempre lo leo	Tiene mucho de color político, varía mucho según quién sea el periodista
La reputación	Todo tiende a estar relacionado con la posición frente a la política de estado
Considero la postura política que tiene el diario	Depende del interés del diario
Te aclara muchas cosas	Los medios están comprados, al final se ven los tintes políticos
Información precisa	Por sus intereses
Especializado e independiente	Lleva en ella la marca editorial del propio medio
Se limitan a informar	Sabe de donde proviene el medio
La información es clara y sencilla	Son parciales
Son análisis económicos	Siempre informan según sus intereses
Brinda información veraz y contradice con la realidad	Hay cruces de información
Dice todo	Sólo publican temas que pueden interesar a un cierto público
La considero seria y objetiva	Está muy manchado

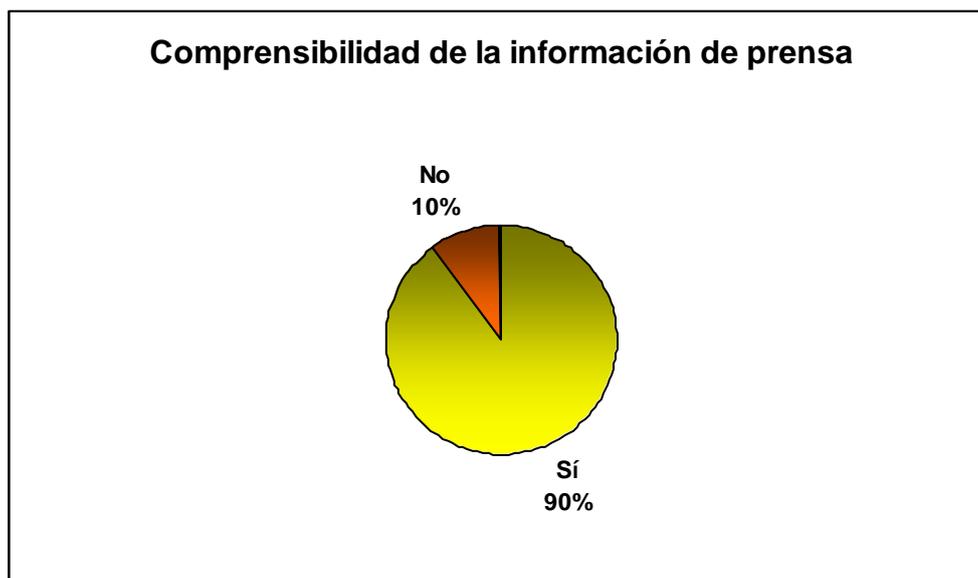
Encuentro lo que quiero saber	Buscan hacer quedar mal a la nación
No se puede manipular la información económica	Existe un monopolio, veo las contradicciones
	Es subjetiva y tendenciosa
	Depende de que economista
	No siempre te dan la información
	Opinión parcial
	Escribe alguien
	Es una empresa grande con muchos intereses
	Depende del diario y de su línea de pensamiento
	Depende la opinión del diario
	No hay objetividad
	Con tantos años uno ve las cosas de otra manera
	A veces no son independientes
	Nada que ver la información con lo que veo
	No se entiende
	Mienten
	Depende de interés económico
	Es partidario del gobierno de turno
	Los periodistas siguen un línea editorial
	Depende de la ideología del medio
	Al ser escrita por una persona si o si hay subjetividad
	El periodismo objetivo en Argentina no existe
	Depende de la orientación política que posea el diario
	Depende de sus intereses
	Es opositor, se percibe a simple lectura
	Los medios están vinculados políticamente
	Depende del medio de comunicación
	Está sujeta a directivos que tienen intereses
	Interés político
	Preferencias ideológicas
	Depende de intereses
	Intereses económicos
	Ninguna información periodística es objetiva
	La prensa no es objetiva
	Ningún medio se puede sostener, no son independientes
	Interés político
	La objetividad no existe
	Vinculaciones políticas
	Hay una opinión política detrás de los medios
	La política y los medios tienen una relación muy fuerte
	Intereses del medio
	Nada es objetivo
	Está en juego la política
	Pertenece a un determinado grupo económico,, pierde objetividad
	Es tendencioso al pertenecer a un grupo económico

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

9. ¿Considera que la información o el análisis económico en esos diarios es comprensible?

Comprensibilidad de la información de prensa	TOTAL 2012
Sí	89,90%
No	10,10%
A veces	0,34%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.



Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

¿Por qué?

Porque Total	
Porque Sí	Porque no
Se entiende el punto	Utiliza un lenguaje técnico que requiere conocimientos previos
Se entiende	Hay informaciones difíciles de comprender
Cuando son de opinión son más sencillos	No es clara la información económica
Términos sencillos y prácticos para que entienda cualquiera	Depende de la especificidad
Es para adultos	Están en contra, ocultan información
La redacción es de fácil comprensión	Distorsionada
Utilizan vocabulario simple para llegar a la sociedad en general	Vocabulario entendible
Es muy técnico, plantea una salida política ante problemas económicos en ese sentido es claro	A veces no comprendo algunos términos
Por su grado de objetividad	Utilizan demasiado lenguaje técnico económico
Forma muy simple	Vocabulario técnico y avanzado
Son claros	Por términos ajenos al lector
Utiliza vocabulario entendible	Lenguaje muy técnico
Usa terminología adecuada	Hay lenguaje técnico
Se entiende claramente	Utilizan un lenguaje demasiado técnico

<p>Usan vocabulario entendible</p> <p>Por el lenguaje Fácil lectura</p> <p>Vocabulario fácil Vocabulario entendible Todo documentado No usa vocabulario técnico Se entiende fácilmente Utilizan un lenguaje no tan formal, permitiendo al lector poder comprender desinteresada la complejidades de los temas A veces Depende la cultura individual Depende la prensa y depende el lector Fácil manejo de la información Es entendible en la mayoría de las veces Escriben en lenguaje coloquial</p>	<p>Muchas veces es muy técnica Al no manejar algunos conceptos de economía a veces resulta confuso comprender No es del todo entendible En la mayoría de las cosas no son comprensibles A veces usan términos desconocidos Terminología Palabras técnicas Hay terminología que no es comprensible</p> <p>Mal escrito, vocabulario Vocabulario técnico, estadísticas Vocabulario técnico Debería ser más sencillo Usan algunas palabras que no entiendo Usan términos específicos de economía No la explican con lujo de detalles</p>
<p style="text-align: center;"><b>Porque Sí</b></p> <p>Utilizan vocabulario no tan formal y gráficos Tiene abarque, alcance Es adecuada para la comprensión de todas las personas Estoy acostumbrada a leerlos Es claro, sencillo y completo No usan términos específicos Entiendo los términos específicos Por lo transparencia de la información Los datos se entienden Estudio economía Es claro para cualquier tipo de lector Detalla los sucesos y especialistas la explican Es clara y precisa Es clara la disposición de información Lo hacen legible Usa lenguaje popular Cuento con herramientas que me permiten comprenderlo No la hacen especialistas sino periodistas que escriben para el público en general Usan lenguaje urbano Es fácil comprender lo que quiere decir Fácil acceso y entendimiento Generalmente en la sección opinión explican los términos económicos Utilizan lenguaje claro Usan ejemplos concretos Vocabulario claro específico con algunos datos Son datos y conclusiones a partir de ellos Son claros Utilizan lenguaje entendible Está bien detallada No es compleja Logran convencer a la gente Se expresan bien</p>	<p style="text-align: center;"><b>Porque no</b></p>

Tiene un vocabulario que si se puede entender  
Es coherente lo que escribe  
Es algo real entonces es fácil comprender  
Depende del medio  
Es técnico adaptado al lenguaje social  
Se puede entender  
El lenguaje es sencillo  
Escriben para que todos entiendan  
Podría ser más didáctico  
Es entendible para mi  
Es de difusión masiva y eso permite que las ideas sean conocidas  
Utilizan recursos y palabras de fácil comprensión  
No te explican bien de lo que hablan  
El lenguaje apropiado al público  
La entiende bien  
Lo puedo entender cualquiera  
Es entendible desde su punto de vista  
Dicen la verdad, no mienten  
Se entiende lo que dicen  
Se entiende sin saber nada de economía  
Se preocupan en hacerlo entendible para todos  
Habla en lenguaje entendible para cualquiera  
Fácil de comprender  
Explican y no se van por las ramas, utilizan un vocabulario común  
El que no escucha en temas económicos entiende el lenguaje  
Se entiende, el común de la gente puede leerla sin problema  
Buena comprensión  
Detallan la información  
Vocabulario comprensible  
Es sencilla  
Conozco un poco el tema  
Vocabulario e información comprensible de acuerdo al público  
Los artículos son diálogos comunes y didácticos  
Me interesan temas económicos y vocabularios  
Hace que personas no especialistas lo entiendan  
Evita tecnicismos y está orientado al público masivo  
Está orientado al público en general, evita el lenguaje especializado  
Lenguaje coloquial para relatar el tema  
Orientada para todo público  
Los gráficos  
Se entiende  
Cuando lo veo después pasan  
Dice la verdad  
Concuerta con la realidad que uno vive  
Se entiende

Es real  
 Es muy accesible  
 Lenguaje comprensible para personas que tengan sólo hecho el secundario  
 Se ven la realidad  
 Es básica y no especializada  
 Se entiende por lo general  
 Sino nadie lo leería  
 Se conoce el mensaje que se quiere dar  
 Entiendo lo que dicen  
 Utiliza términos conocidos para la sociedad  
 Lo entiendo y no soy economista  
 La forma que está expuesta la información  
 Tratan de usar lenguaje no técnico  
 Para todas las personas  
 Lenguaje cotidiano y gráficos  
 Trata temas cotidianos y términos entendibles  
 Explica de forma clara y concisa  
 El lenguaje por más que usen unas cosas técnicas se entiende  
 Lenguaje claro y sencillo  
 Los contenidos están adaptados  
 Lenguaje común y corriente  
 Te orientan en lo esta pasando en el país  
 Términos  
 Vocabulario simple  
 Lenguaje  
 Lenguaje popular  
 Redacción de manera sencilla  
 Lenguaje  
 Se adapta a las necesidades de los lectores  
 El lenguaje es entendible  
 Utiliza un lenguaje sencillo  
 Es clara, sencilla  
 Es claro y simple  
 Usan ejemplos de la vida cotidiana  
 Maneja un lenguaje sencillo y entendible  
 Es entendible  
 No utilizan términos específicos  
 Se busca un análisis objetivo

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

**10. ¿Qué temas económicos considera que están ausentes en esos diarios?**

Ausentes de temas en prensa	TOTAL 2012
No Contesta	27,70%
No sabe	8,45%
Sí	40,88%
No	22,97%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.



Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

**Temas ausentes en prensa:**

Relación de lo local con lo internacional- contextualizar	Por lo general se habla de todos los temas pero muchas veces depende del tema principal	Precios
Pobreza y hambre en el mundo por las políticas económicas capitalistas	Sistemas bancarios	Industria y exportaciones
Los que no existe es el por qué de la economía que tenemos	La presidenta censura opinión	Navegación
La pobreza, la gente de la calle	Transferencias de recursos	La verdad
Estadística a nivel social, indicadores de pobreza, salud, etc.	Ingresos a los trabajadores y jubilados	Cosas del día a día
La soja, no hay del agro	Temas antioficialistas	INDEC
Costos de producción o precios	Temas antioficialistas	Mala alimentación de los chicos
Hambruna, pobreza	Temas que los perjudican	Índice de pobreza
Política internacional-mercosur	Deuda externa	Crecimiento de sectores económicos
Vivienda	El manejo del respaldo del país	Pobreza
Números del gobierno	Inversiones educativas	Economía agraria
Temas nacionales relacionados con el mundo	Economía mundial	Cotizaciones de acciones, cosas más específicas
Falta de trabajo	Deuda externa	Valor de vida
Comparación con otros países	Inflación	Inflación
Procesos de interacción mercosur unasur	La verdadera situación del país	Canasta básica
Los fondos de la nación, repartición	Algunos temas que personalmente creo importantes	Seguridad
Mentira del indec	Pueblos originarios	Políticas del gobierno
Desocupación	Realidad de clases populares , solo bolsillo	Para el día a día
Distribución equitativa de ingresos	Inflación	Lo que publica la oposición
Distribución del ingreso	Posición frente a otros mercados	Verdad del sistema económico
Políticas de desinflación	Temas global	Temas de desempleo
Profundidad y proyección	Canasta de precios	Industria nacional

Inflación	Inmobiliario rural	Acumulación de capital por parte de empresas
Economía Latinoamericana	Crisis global	ONG
Relación estado prensa	Sistema financiero	INDEC
Relación prensa población	Alternativas cooperativas	Los sueldos
Economía ambiental	mercosur	Internacional
Análisis más detallado	Bolsa de comercio	Realidad social
Vinculación entre economía y lo social	Estabilidad del país	Realidad económica
Distribución del ingreso	Precios	Profundizar
Aportes del estado a geriátricos, hospitales	De Córdoba	Situación docente
Análisis de economías del exterior	Agro en las PYMES	Soluciones prácticas para la inflación
Niños pobres	Realidad económica	Educación
Problemas sociales	Nivel regional	Inflación
Situación del campo	Análisis local	Índices reales
Aumento de inflación	Internacional	La realidad práctica
Deuda externa	El dólar blue	Deuda externa
Política económica	Por provincias	Inflación
Córdoba	Economía internacional	Mercado internacional
Educativo	Economía provincial	Comercio exterior
Medidas gubernamentales	Economía del campo	Política exterior
Economías financieras	Pobreza	Economías a futuro

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

**11. ¿Cuál es el canal de TV/programa/s que ve y escucha principalmente para informarse de temas económicos?**

TV	TOTAL 2012
678	23
A24	3
ADN	5
A dos voces	7
Agrocampo	1
Agroverdad	2
América	15
Animales sueltos	1
Argentina para armar	5
Arriba Córdoba	11
Baires Directo	1
BBC	2
C5N	12
cadena Nacional	1
Canal 10	45
<b>Canal 12</b>	<b>100</b>
Canal 13	11
Canal 15	2
Canal 26	6

Canal 7	6
<b>Canal 8</b>	<b>57</b>
Canal 9	5
Canal 2	1
Canal C	2
Canal de Córdoba	1
Canal ida y vuelta	1
Canal Rural	2
CN 24	2
CNN	14
CQC	1
Comercio y Justicia	1
Countiner televisión	1
Córdoba directo	4
Crónica	8
Desde el llano	1
Diario de media noche	1
Duro de domar	2
Economix	22
El mostrador	1
El inversor	1
Encuentro	1
Grondona	1
History	1
Hora Clave	3
Infonegocio	2
Jornal o Globo	1
Lagarto show	2
Lanata	14
La Mirada	2
Le doy mi palabra	1
<b>Noticieros</b>	<b>106</b>
Noticiero 10	4
Noticiero 11	1
Noticiero 12	35
Noticiero 13	10
Noticiero 9	2
<b>Noticiero 8</b>	<b>20</b>
Palabras más palabras menos	6
<b>Periodismo para todos</b>	<b>40</b>
Phonik	1
Plan m	1
Programa contra oficialista	1
Punto a punto	1

Rebeca	1
Rosi	1
Rurales	1
Shoping	1
Teledoce	2
Telenoche	6
Telefé	16
Tv pública	18
Quiero	1
Telesur	1
<b>Teleocho</b>	<b>43</b>
<b>TN</b>	<b>113</b>
TNT	1
Tomás Mendez	1
TVR	1
Última página	2
Universidad	2
Zaping	1
<b>Total</b>	<b>855</b>

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012

## 11. ¿En qué páginas de Internet se informa sobre economía?

Diarios online	TOTAL 2012
Ámbito Financiero	5,47%
Clarín	12,21%
Comercio y Justicia	1,47%
Crónicas	0,21%
Crónicas Fueguinas	0,21%
Día a día	1,89%
El correo Internacional	0,21%
El cronista	0,21%
El globo	0,21%
El liberal	0,21%
El Mundo	0,63%
El país	0,63%
El Perfil.com	0,21%
El territorio (Misiones)	0,21%
Financial time	0,21%
Faz	0,21%
IECO	0,21%
Inédito	0,21%
Iprofesional	0,42%
Noticias generales	0,84%
Infobae	4,42%
Infonegocios	0,21%
Infonews	0,21%
INTA	0,21%
Internacionales	0,21%
Journal do globo	0,21%
La Gaceta	0,21%
La mañana de Córdoba	1,68%
La Nación	10,95%
La República	0,21%
La Voz	40,42%
La voz Argentina	0,21%
Lemonde diplomatique	0,63%
Los del Gobierno	0,21%
Minuto 1	0,21%
Media Mendoza	0,21%
Nacionales	0,21%
Opi Santa Cruz	0,21%
Página 12	8,63%
Página 3	0,42%
Panorama	0,21%
Perfil	1,89%
PTS	0,21%
Registrado	0,21%
Rebelión	0,21%
Terra	0,21%
Territorio de Misiones	0,21%
The economix	0,42%
Tiempo Argentina	0,42%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

**Otras:**

<b>Otras páginas de Internet</b>	<b>TOTAL 2012</b>
Argentina en noticia	0,69%
Barcelona	0,69%
BBC mundo	0,69%
Blogs	0,69%
Cadena 2	0,69%
<b>Cadena 3</b>	<b>18,75%</b>
Ciudad	0,69%
Cba24	2,08%
CN24	1,39%
CNN	1,39%
Coriagro	0,69%
Del Gobierno Nacional	0,69%
Econoblogs	0,69%
Economía para todos	0,69%
El economista	0,69%
El historial.com	0,69%
El inmobiliario	0,69%
El país	0,69%
Facebook	6,25%
Facultades	0,69%
Forbes	0,69%
Foros	0,69%
Hotmail	0,69%
<b>Infobae</b>	<b>26,39%</b>
Infonegocios	2,78%
Inversor global	0,69%
La 100	0,69%
La vanguardia	0,69%
Le Monde Diplomatique	0,69%
Mailing	0,69%
MERVAL	0,69%
O globo	0,69%
Pamplinas	0,69%
Periodismo X	0,69%
Prensa escrita.com	0,69%
Realidad social	0,69%
rebelión media	0,69%
Redacción 351	0,69%
Redes sociales	0,69%
Reproducciones de canales	0,69%
Telecho	1,39%
Terra	0,69%
<b>TN</b>	<b>9,03%</b>

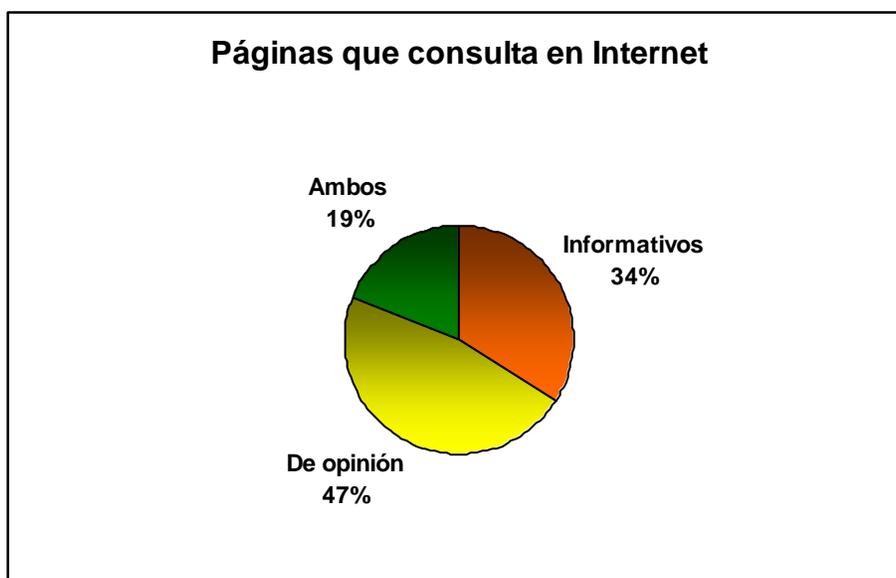
Twiter	3,47%
Wikipedia	0,69%
Yahoo	2,78%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

**13. Las páginas de Internet que consulta (sólo las que no son diarios online) le proveen básicamente de :**

Páginas que consulta en Internet	TOTAL 2012
Informativos	34,02%
De opinión	47,21%
Ambos	18,77%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.



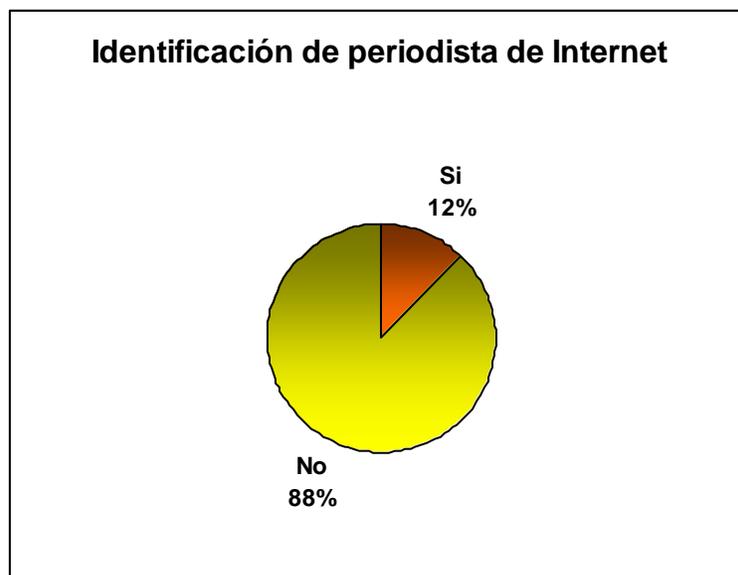
Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

**14. De esas páginas donde consulta información económica, ¿recuerda algún periodista?**

Identifica periodistas de Internet	TOTAL 2012
------------------------------------	------------

Si	12,18%
No	87,82%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.



Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

**¿Quién o quiénes?:**

Periodistas identificados de Internet	TOTAL 2012
Alfredo Flury	1,89%
Beatriz Soto	1,89%
Boneli	5,66%
Caparros	1,89%
Claudio Fantini	1,89%
Daniel Frias	1,89%
Dante Soria	1,89%
Ernesto tenenvaun	1,89%
Federico Tesore	1,89%
Feilman	1,89%
Fontevchia	1,89%
Fredy Vieites	1,89%
Gabriela Frias	1,89%
German Bauloski	1,89%
Grondona	3,77%
Jorge Cachanoski	1,89%
Jorge Cudrado	1,89%
Jorge Lanata	20,75%
José Luis Spert	1,89%
Langabordi	1,89%
Lousteau	1,89%

Manuel Serrano	1,89%
Marcelo Zlotowizga	3,77%
Merqueñan	1,89%
Miguel Broweintein	1,89%
Miguel Clariá	3,77%
Morales Solá	3,77%
Pablo Rossi	3,77%
Osvaldo Granados	3,77%
Roxana Acotto	1,89%
Salvador Treber	3,77%
Tomás Bulot	3,77%
Varela	1,89%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

**15. Está satisfecho con la información/análisis que consulta en Internet?**

Satisfacción con la información de Internet	TOTAL 2012
Sí	77,84%
A veces	0,55%
No	21,61%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.



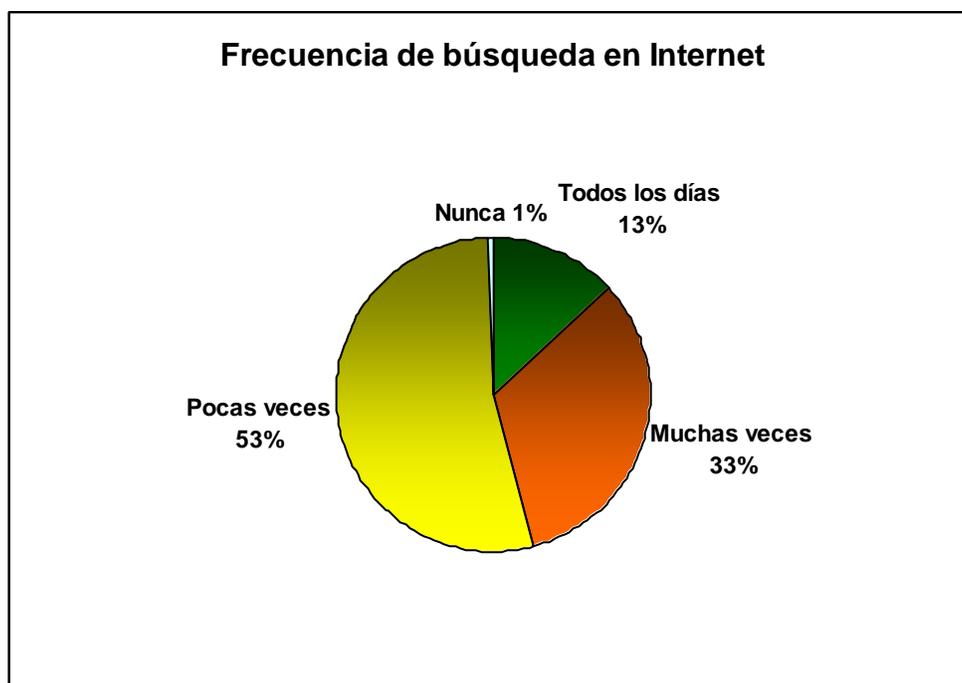
Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

**16. ¿Con qué frecuencia busca información económica en Internet?**

Frecuencia de	TOTAL 2012
---------------	------------

<b>búsqueda en Internet</b>	
Todos los días	13,06%
Muchas veces	32,78%
Pocas veces	53,61%
Nunca	0,56%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

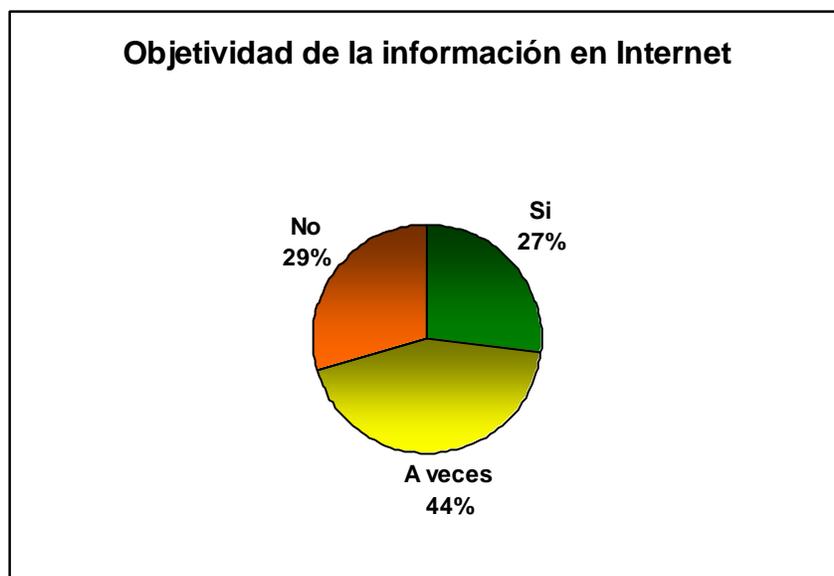


Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012

**17. ¿Considera que la información económica en Internet es objetiva?**

<b>Objetividad de la información en Internet</b>	<b>TOTAL 2012</b>
Si	26,87%
A veces	43,77%
No	29,36%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.



Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012

**¿Por qué?**

TOTAL 2012		
Si	A veces	No
Te da más información que opinión	Hay testimonios que son partidarios del gobierno o no	Siempre se basan en opiniones
Brinda información concreta y sencilla	Te da información pero hay de todo	No se refleja la realidad
En algunos	Los intereses	El ser humano nunca lo es
Apoyo	Se escribe y publica en base a interés	Opinión
Relativamente	En Internet escribe cualquiera	Muchas veces lo medios denotan el favoritismo político
Son datos específicos	Es tendenciosa, nunca es objetiva	No sabes quien escribe
Un medio más para consultar y buscar una forma más enfocada	No siempre marcan lo más importante	Nunca te van a decir la verdad, ni completos
Es actual, del momento	Saben modificar la verdadera realidad	Todo es mentira, el Indec es falso
Por el profesional comprometido	No siempre es la realidad	Responden a intereses
Le parece concreta	Muchas veces está desdibujada por la editorial	Cuando es de opinión no es objetiva
Me identifica como ciudadano	Si es informativa no es objetiva,	Brindan opiniones personales
Confío en la seriedad de estos medios	Dependen de las páginas	Tienden a tener preferencias políticas
Hay de todo	Depende de lo que consulte	No da el énfasis adecuado
Busca sobre cambio de divisas	No está toda y depende del periodista	Opinión personal, línea que sigue el diario
Datos precisos	Depende de la página	Nunca dan a conocer

		todos los puntos de vistas
Es real	Poseen una misma línea de pensamiento	A veces está influenciada
Da buenas explicaciones y razones	Siguen una corriente de pensamiento diferente	Está manipulada
La elige	Depende donde se informen es objetiva o no	Información manipulada
Son datos certeros	Son empresas que corresponden a ciertos intereses	Tendenciosa
La información económica no permite opinión	Depende de la página	Toda la información responde a algún interés
Es actual	Depende del medio, de como maneja la información	Cada diario tiene su línea editorial
No es como los diarios que dibujan más las cosas	No tratan todos los temas, se focalizan en los temas del momento	Hay muchas páginas y muchas veces es subjetivo
No responde intereses privados	Todos hablan de lo que le conviene	Da lugar a opiniones
Concuerda con la realidad	Hay análisis que son subjetivos	No informan, inventan, te confunden
Detallan, no es monopolio	Muchas veces responden a intereses	Manejos políticos y económicos
Se posicionan desde un punto de vista neutro para relatar los hechos	No va directamente al tema	Siempre hay un poco de subjetividad
Si igual que lo que dicen en la tele	Depende la página, si es un diario a ser objetivo	Algunas están para un lado
Siempre hay que enterarse de todo	Depende del medio al que recurra	Siguen intereses, salvo que sean extranjeros
No está manipulada	Según la línea editorial	Cada uno da su punto de vista
Es la mejor manera de informarse	Muchas veces pierden la objetividad	Cada uno da su punto
Por el tratamiento de la noticia	A veces se contradicen	Sigue siendo lo mismo que otros medios
Me gusta leerlo	Hay interés partidarios	Hay mucho interés
Hay una amplia gama de información	Depende del medio	Siempre hay una bajada de línea
Medios independientes sin relación con la política y el gobierno	Depende la ideología	No creo en la objetividad en la comunicación
Responden a diferentes interés	A veces está sujeta a los líneas políticos	Hay muchas opiniones
Perspectiva teórica	Depende	Depende quien la escriba
Es una cooperativa de trabajo	Depende los datos aportados son certeros, aunque muchas veces la información está teñida por la mirada subjetiva de los periodistas	El periodista nunca va hacer objetivo
Tenes variedad	A veces hay mala leche y responden más a los interés del medio que a la realidad	El periodismo no es objetivo
Puede encontrarse mayor variedad	Cada uno busca sus beneficios	Es imposible ser objetivo

Expresan la información y no su opinión	Es antioficialista	Depende de la opinión del periodista
	Depende de la fuente de información	Los periodistas son subjetivos
	Depende del medio	No creo en la objetividad
	Contiene muchas veces opinión	Siempre a favor de alguien
	Hacen análisis de la información	Cada uno busca diferentes objetivos
	Muchas veces están cargadas de opinión	Todo está regulado por algún tipo de ente
	Por los puntos de vista	No existe la objetividad
	Depende el sector que informe	No existe la objetividad en el periodista
	Es muy amplia se difunde	No critica, muchas veces toman parte
	Tiene una cuota de opinión también	Todo responde a un interés en particular
	Depende del diario y su ideología política	Depende de quien la diga
	La información es emitida por grupos de poder, por lo que nunca será objetiva	Es tendenciosa
	Dan muchas opiniones	Los medios que hablan de economía están controlados por el gobierno
	En Internet es difícil ser objetivos	Tiene sus tintes políticos y eso no corresponde
	No hay forma de ser objetivos	Tendenciosa
	Depende que se lea	Es según lo que opine cada uno
	Depende de la orientación política	No existe la objetividad
	Depende de la calidad informativa del medio	Los análisis tiene algún tipo de visión ideológica
	Casi siempre es favor o en contra del gobierno	Debo analizar todas las campanas
	Tendenciosa	Depende de cada economista
	Intereses a los que responden	La escribe alguien
	Cada uno tiene sus propios intereses	Tienen una posición determinada
	Depende el tema	Hay mucha información distinta
	Depende de los sitios donde busques como todos	No existe la objetividad
	Nada es objetivo	Todos pueden opinar
	A veces se ve influida por posiciones políticas	
	Muchas veces lo hacen desde alguna postura que no queda clara	
	Depende si son artículos de opinión o no	
	No confié en lo que se dice	
	Por tener la primicia y la información es	

	concreta	
	Depende a que línea editorial corresponde	
	Se miente mucho	
	Uno compara con la realidad que nos compete	
	Siempre informan según sus intereses	
	Depende del medio ya que intereses responden	
	Te explican para que solo estés informado	
	Da distintos puntos de vista	
	Uno no sabe ya en que confiar	
	Depende del tema y el medio que la publica	
	Hablan sobre diferentes temas	
	Depende de la línea editorial	
	Depende que diario depende el periodista	
	Muchas veces la información que manejan es en base a las dos campanas	
	En algunos casos no se puede aplicar	
	Muchas veces depende del periodista o medio	
	Dependiendo si es de opinión de donde ve	
	Inclinación a cierto partido	
	Depende de la fuente	
	Depende de la orientación del periodista	
	Hay que saber donde buscar y que seleccionar de todo lo uno lee	
	No es objetivo clarín	
	Depende del medio	
	Depende de la fuente y quien es el público	
	Tiene que ver con la fuente generalmente sí	
	Depende de la página	
	Depende el tinte político	
	Depende de la fuente	
<b>TOTAL 2012</b>		
<b>A veces</b>		<b>No</b>
Depende del medio que lo emite		Existe mucha información que no está debidamente analizada
Todo depende de quien lo escribe		Dependiendo de la ideología del medio
Es relativo, depende d las opiniones y enfoques de actor		Está teñida de subjetividad
Depende de la visión de cada medio		Nada es objetivo
Depende de la fuente y la información		El periodista siempre tiene una orientación
Cuestiones vinculadas con la política		No creo en la objetividad
Informan algunas cosas		Depende del medio
No se trata todos los temas		El que redacta tiene una posición
La editorial tiene interés político		Por los monopolios
Depende del medio de comunicación		No es independiente
Intereses de los directivos		Interés del medio o periodista
Depende de la posición del medio		Nada es objetivo cuando hay cuestiones políticas atrás
Dependiendo del estilo de noticia que lea		Depende el autor
Dependiendo de donde se lee la información		La política y los medios están relacionados

Politización y postura del medio	Politización y monopolio d medios
Los medios están muy politizados	Es muy difícil que un diario no tenga postura política
Está inducida por sus dueños	Cada fuente tiene su perspectiva
Depende de quien escribe	Los temas son tratados desde un punto antioficialista
	Pertenece a un grupo económico

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012

**18. ¿Considera que la información económica en Internet es comprensible?**

Comprensibilidad de la información en Internet	TOTAL 2012
Sí	69,17%
No	4,72%
A veces	26,11%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012



Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.

**¿Por qué?**

TOTAL 2012		
Sí	A veces	No

Entiendo rápido lo que leo, sin saber sobre el tema	Lenguaje técnico	No es clara
Lenguaje sencillo	Te desvía la información según la conveniencia de cada uno	No suelo entender, tampoco ellos el tema
La entiendo	Términos económicos	Utilizan un vocabulario que no es común a toda la gente
Es más sencilla que una revista especializada	No van siempre igual	Es específico y para economistas
Es más concisa	Hay gente que no la entiende	Lenguaje muy técnico
Dice lo mismo de los diarios	Vocabulario específico	Confunden
Lo hacen fácil para el lector Se redacta de una forma sencilla y entendible Es clara, entendible Podes entrar a páginas específicas Depende que nivel busques Fácil vocabulario Es de fácil lectura La hacen para el público en general Hay información sobre todos os temas, disponible para todos de todas las edades Es explicativa de fácil lectura Es de fácil lectura De fácil acceso y lectura Estudio economía Está elaborada para que se entienda, sin embargo hay secciones de mayor complejidad Clara, precisa, buena organización de la información Fácil de entender Vocabulario popular No la hacen especialistas sino periodistas Es fácil de comprender Términos claros Muchas veces es más expansible en explicación que un medio gráfico Resumida Es concreta	Pueden utilizar vocabulario específico Vocabulario técnico Depende el nivel de información A veces hay lenguaje técnico Depende quién lo escribe Terminología difícil Está muy incompletos los conceptos y quita comprensión y veracidad Depende la nota y la temática que trate Algunos son técnicos y otros no Depende de la página Es enredada Muchas veces es exagerada Hay términos específicos, no explican Lenguaje es complejo No siempre está dirigida la mismo público Suele ser muy técnica Suelen ser técnicos a veces Lenguaje técnico No se puede confiar Por los datos y cifras que se desconocen Por los escritores Hay sectores que expresan una idea clara y precisa En algunos casos contienen nombres o datos no cotidianos	Utilizan lenguaje técnico Es muy específica y no se adapta al público en general Términos confusos Hay muchas páginas Sólo piensan en ellos en nadie mas No la explican con lujo de detalle Es dispersa y polarizada Análisis no está filtrado

Utilizan lenguaje entendible	Los datos que proporcionan	
Está bien detallada	A veces hablan economistas muy técnicos	
No es compleja	Debe serlo, sería a mi	
Permite mayores herramientas	información a mi parecer	
Está dirigida a todo público	Depende del medio y del periodista	
Depende generalmente es subjetivo	Términos que no comprende	
Utiliza lenguaje básico	Hay conceptos que no entiendo	
La entiendo	No siempre está bien redactada y organizada	
No es tan elevada	Depende del tema que hablen y la complejidad de éste	
Es clara y simple	No entiendo mucho el vocabulario	
Fácil análisis, sin vueltas	A veces escriben mentiras y tonteras	
Es clara y precisa	No siempre es claro	
Es inteligible	Podría ser más didáctico	
Ayuda a formar opiniones	Términos	
Utilizan vocabulario común	Hablan de datos que no entiendo	
Con pocos detalles	Depende del medio/fuente	
Son redactadas por personas que saben y entienden del tema	A veces se mezclan los términos, se contradicen	
Es didáctico	No siempre uno sabe de los términos	
Lo entiende	A veces usan palabras muy técnicas	
Se entiende su idea	Vocabulario	
Está hecha para el común de la gente	Hay terminología que no forma parte del lenguaje cotidiano	
Su lenguaje claro y simple	En medios masivos si, en especializados no	
Aclara todas las dudas que tiene	Politización de los medios	
Se entiende la parte de la información que brindan	Utilizan terminología muy específica	
La puede leer como ciudadano y con poca información entiende	Hay artículos comprensibles	
Se nutre de recursos como enlaces, videos, gráficos	Muchas veces usan palabras específicas	
Es sencillo conocer el cambio de la moneda	Depende de cómo y quién la escriba	
No está muy alejada a lo temas que son mostrados	Depende del tema	
Está adaptado para todo tipo de lectores	No es objetivo el que produce la información	
Lenguaje simple	Usan muchos términos técnicos	
No cuesta entenderla	Por intereses, conveniencias, políticas	
Incluyen cuestiones didácticas		
La entiendo, están bien		

<p>redactados son sencillos  Vocabulario accesible e  información descriptiva  Es fácil de comprender  Es entendible y bien  explicada  Es interesante  Lenguaje y extensiones  Se entiende  Simplicidad  No utilizan términos muy  técnicos/específicos  Es lo mismo  No es especializada  Se explica lo básico  Fácil de entender  La lingüística es clara  Es de simple lenguaje  Para quienes no tienen ni  idea de conceptos  económicos es entendible  Se explica la idea no  conceptos en particular  Uno tiene los conocimientos  aptos para entender la  información  Destinados a todos los  públicos  Está escrito para que todos  los trabajadores entiendan  Está abierta al público  masivo  Se entiende  Es fácil y sencillo de  comprender el lenguaje  Es fácil de comprender  Se entiende pero eso no  quiere decir que sea cierta</p>		
<p>Conozco del tema  No utilizan lenguaje técnico  Lenguaje  Es entendible  Tengo conocimientos  económicos  La redacción y presentación  de la noticia es concisa  Es clara  Se adapta a las  necesidades  Hay de todo  Lenguaje sencillo, claro y  usa gráficos  Tratan todos los temas  Lenguaje</p>		

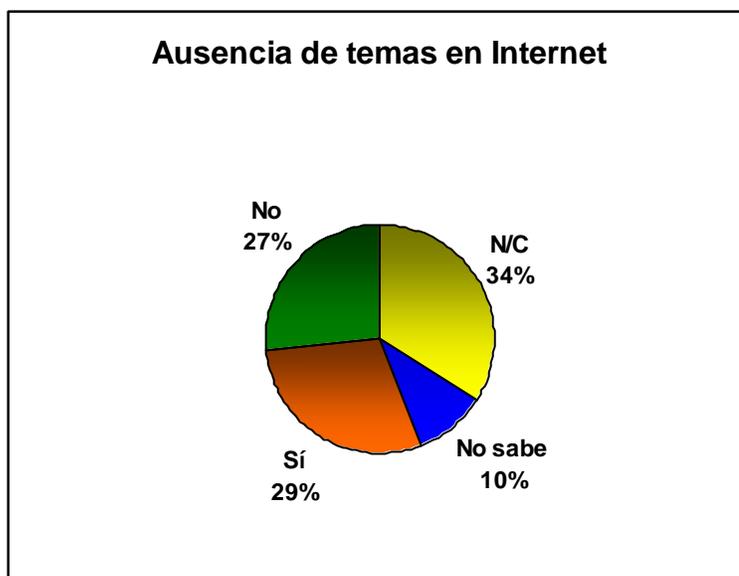
Lenguaje  
 Se redacta en términos  
 entendibles  
 Economía doméstica  
 Cualquier tipo de  
 información  
 Con mi nivel de cultura la  
 mayoría es accesible  
 Es sencilla  
 Por el lenguaje  
 No usa palabras técnicas  
 Es fácil de repasar  
 No difiere mucho de los  
 diarios impresos  
 Está redactada para el  
 común de la gente  
 Es una estrategia de llegar a  
 un público más amplio  
 Dependiendo de las  
 competencias del lector  
 Hay de todo  
 Se entiende parcialmente  
 Explican los hechos  
 Es entendible

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012

**19. ¿Qué temas económicos considera que están ausentes en el/las páginas que consulta?**

Ausencia de temas en Internet	TOTAL 2012
N/C	33,89%
No sabe	10,28%
Sí	29,17%
No	26,67%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.



Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012

**Temas ausentes en Internet:**

El tema del Indec y los precios	Situación económica real	Proyectos secretos del país	Locales
Tecnología( industria emergente muy grande)	La presidenta censura opinión	Leyes	Cooperativas
Respecto a la distribución de la economía	Temas antioficialistas	INDEC	La pobreza
No están ausentes pero no son reales	Visión de temas puntuales	Inflación	Economía internacional
Información internacional	Temas internacionales y regionales	Asuntos crediticios	Información internacional
Precios	Economía mundial	No se tomen todos los aspectos	Economía doméstica
Hambruna, pobreza	Inflación	Con respecto al día a día	Financieras
Política internacional-mercosur	Temas sociales, desocupación, hambre	INDEC	Del país en general
La realidad económica que atravesamos	La verdad del INDE	Trabajo infantil	La desocupación
Específica	Jubilados y aportes	Sobre PYMES	Inflación
Economía de los multinacionales en Argentina	Inversiones	Claridad	Economías regionales
Datos estadísticos de empresas privadas	Inversiones del campo	Industria	Economía internacional
La verdad	Deuda externa	Planes políticos	Patrimonio económico de la presidenta

Desocupación	Lo local	Índice de pobreza	Imposibilidad de comprar dólares
Precios	Sueldos	Índice de precios real de productos básicos	Cuestionamiento de como se conforma la canasta básica de alimentos
Análisis de economías de otros países	Análisis de la Provincia	Políticas contra la desinflación	Cotidianidad económica
Bienestar social	Variación de precios	Cooperativismo como sistema	Comercio exterior
Salud pública	Inmobiliaria rural	Profundidad y proyección	Mercado internacional
Sustento en los hogares Respaldo del estado en geriátricos Inflación Análisis más detallado Perspectiva económica a mediana y largo plazo Temas sociales Aportes del estado a geriátricos y hospitales Pequeños productores Economía mundial	Economía diaria Estado Procesos económicos macro Precios Regulaciones económicas Inflación real Patrimonio de los funcionarios Industria nación Crecimiento económico de la gente	Crecimiento económico Economía latinoamericana Procesos de integración regional Relación real-peso Dólar Devaluación Internacionales Inequidad De la bolsa	Comercio exterior Análisis local Economías regionales Presupuesto estatal Inversiones empresas internacionales Soluciones al truncamiento de la fuente de trabajo Alternativas al desarrollo que vivimos Comercio exterior Desempleo

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012

**¿Considera a la información económica importante?**

Consideración de la Información económica	TOTAL 2012
Muy importante	49,11%
Importante	48,46%
Poco importante	2,43%
Nada Importante	0,00%
Total	100,00%

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012.



Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012

**¿Por qué?**

Por que TOTAL 2012			
Muy importante	Importante	Poco importante	Nada
Es la base de la economía de un país, se debe estar informado	Ni muy, ni poco importante, importante, ya que es esencial saber de ella	No me parece relevante para el intereses social por eso no se informe sobre el teme	
Es la base del desarrollo	Debemos estar actualizados ya que todo aumenta en el día a día	Me mantengo informada pero no dependo tanto de ella	
Es base a eso pagamos tu vida y desarrollo	La base de todo, es social	No coincide con la realidad, pelea con los medios y gobierno	
Todos tenemos deber a saber sobre economía	Es lo que se ve, analiza el día a día	Uno elige el gobierno	
Para poder estar informado y poder crecer	Sino hay plata no hay alimentos, no hay vida	Siento que no puedo modificar nada en mi vida de acuerdo a eso	
Forma parte de nuestra visa la economía, pasa algo con la economía y nos repercute en nuestros bolsillos	Te informa sobre lo que está pasando en el país	No todos sabemos acerca del tema	
Siempre me puse a buscar la parte económica de la información	El día de mañana voy a llegar a ser algo	No siempre haya que creer todo los que dicen	
El crecimiento de un país en	Nos pega a todos	No lo veo relevante	

todos los sectores termine rotando la economía, nos trasciende			
Nos manejamos con el dinero, nos es inherente, entonces debemos saber que sucede con ello	Uno se informa y no confía absolutamente de lo que dice el gobierno	Son muy subjetivos "nos quieren tapan una cosa con otra"	
La economía mueve el mundo	Sino sabemos como se maneja la economía no podemos funcionar	Por más que estés bien informado no puedes cambiar mucho	
La economía es el estudio de recursos, que subsistir	No informan tanto como debería ser	Es mentirosa	
Se sabe la realidad y la corrupción	Todos deberían saber que es lo que pasa	Hay cosas más importante para preocuparse como la salud y la educación	
Todas las decisiones aunque cueste si la información es mentira	Para saber la situación del país y nuestra		
En base a eso se rigen las políticas de un país	Sabes como está la economía del país		
Marca el destino de todo	Para comprender los manejos económicos que se dan en el país		
Permite tomar decisiones a futuro	Vivimos dentro del sistema económico		
Es la base de todo	Porque si		
Es de todo el país, sino somos ignorantes	Tiene que saber la realidad		
Influye en nuestras vidas si pasa algo con la economía	Permite conocer las mejoras del gobierno		
Para saber como se maneja el estado	La gente debe ser conciente del estado en que está el mundo, en vez de quejarse solamente de que suben los precios		
Es la base del país	Tenes que saber como anda el país a pesar que es gobierno no diga la verdad		
Las decisiones que tomen nos perjudica a todos	Para saber donde estarás parado		
Tenés que saber que pasa y dónde estás parado, te afecta en la vida	Para tomar decisiones		
En el ámbito diario todos la usamos es importante y más con los cambios que tenemos	Nos ayuda a entender que nos pasa cuando es verdad		
Nos puede contar cosas	Saber que pasa con el sistema		
Ya que influye en nuestras vidas	Es importante saber la economía del mundo y argentina		
Para saber como funcionan las cosas y saber manejarse	Todos dependen de la economía		
En la información de los medios me baso para saber como actuar en la economía diaria	Incide cotidianamente en nuestra vida y en las decisiones de tomar		

<b>Muy importante</b>	<b>Importante</b>
-----------------------	-------------------

la economía es todo, si queremos saber manejar debemos estar informados	Son cosas que pasan
La economía rige el bienestar de la gente	Todo tiene que ver con todo
Es lo que me permite planificar mis gustos	Hay que saber que va a pasar en el país
Define nuestros recursos materiales	Es esencial informarnos sobre economía ya que tiene una gran influencia en nuestras vidas
Hace al desarrollo y conscientiza acerca de que se trata	Vivimos en un mundo que lo económico rige
Funciona o no el país	Hay que estar informado ya que nos influye en nuestras vida la economía
Nos da una idea de dónde estamos parados y hacia dónde vamos	Los datos estadísticos demuestran como está el país
Parte de la realidad nuestra y del mundo	Si ocurre algo con ella, nos repercute en nuestras vidas
Permite entender la realidad del país y su condición de vida	Nos rodea e influye
El sueldo depende de los gastos que tenemos diariamente , para saber distribuirse	Porque hace al consumo y a la pobreza
Influye en su vida, por sus viajes, etc.	La economía es la base de todo
Es la base para todo	La economía es un factor importante en el mundo
Es lo que nos mantiene a todos	Con ello y gracias a ella el mundo y por lo tanto nuestra vida se modifica y debemos estar preparados para enfrentar esos cambios
Nos ayuda a manejarnos en la vida	Lo tengo presente en mi vida y la regula
Nos muestra el progreso que tiene el país	Saber como se encuentra la situación económica hoy en día
Para nuestro desarrollo, para estar al tanto de nuestro avance	Rige el mundo capitalista
Por el cliente	Para saber como nos afecta
Tenemos que tener una idea de la vida	Estar a las circunstancias de los hechos, ver como influye todo en el país y en el ciudadano
Es muy importante para desarrollarnos	Me permite proyectarme como futuro profesional y padre de familia
Es la base de todo	Para mejorar mi situación y estar informada con lo que sucede en mi país y a los demás
Me permite tomar decisiones	Porque es importante
Por interés, para estar informado	Me da un panorama político económico actual
Para estar informado sobre o que sucede en e país y en el mundo y cómo repercute en nuestro bolsillo.	Necesario para manejarnos
Para ver el avance que tiene el país	Es importante
Nos sirve para vivir	La vida necesita dinero
de esto depende futuro y proyectos	Para mi futuro
Es fundamental	Para mejorar mi vida y mi situación, para mejorar mi futuro
La economía determina el rumbo	Para saber y estar actualizado como afecta a la sociedad y a nuestro bolsillo
Por el tema de economía familiar y empresarial	Nos ayuda a manejarnos día a día
Es la base de la vida	Para saber como invertir y saber cuáles son mis derechos como ciudadano
Es la base de la sociedad	Te da idea de dónde estás parado
Maneja todo	Rigen la existencia de los seres humanos
Necesitamos saber cuales son las medidas a	Es necesaria para manejarnos

tomar para que se puedan resolver algunos problemas económicos	
Muestra objetivos como país	Igualdad de información
Constituye una base fundamental de la vida humana	Interés pero no es a lo que se quiera interiorizar
Para saber como evoluciona el país y mis posibilidades de crecer	Vivimos inmersos en economía
La economía maneja el país y nuestra cotidianeidad	Tenemos que estar informados
Para nuestro crecimiento	Estar informado, saber que sucede en el mundo para proyectarse a futuro, entender y estar actualizado
Proyección de futuro familiar	Acceso rápido al trabajo
Me planteo el futuro como profesional	Problemas actuales
Como se mueve el país y como nos influye	Nos maneja
Es importante conocer la situación para entender maniobras de los gobiernos	Nos sirve para mantenernos informados
Deseo plantear mi futuro familiar	Para proyectarse
Nos asesora sobre el marco económico en el que vivimos	Para estar actualizado ya que me interesa y a la vez en cualquier situación cómo puede afectarme
El mundo económico es lo que mueve el país	Para entender la clase del profesor
Saber qué aumenta, cuándo y planificar	Nos actualiza en el tiempo
Vas viendo con los pasos como nos influye	Básica, para desarrollarnos y manejarnos en la vida
Necesidad de información	Es importante saber e informarse de economía para manejarse en la vida
Regula nuestra vida	De alguna manera explica lo que ocurre en el país
Escuchar a la presidenta ya que nos mantiene informados por sus cadenas nacionales	Nos determina toda la vida
Entender nuestro exterior	Ayuda en el día a día y cómo manejarse en la economía personal
Por el futuro personal y bienestar familiar	Influye en la vida cotidiana de todos
Necesitamos saber hacia donde se dirige el país	Sabe como estimar y como está la sociedad
La economía nos mantiene informados	Me interesa todo lo que tiene que ver con negocios
Es la base del funcionamiento del mundo y es necesario estar al tanto de la situación para tomar recaudos y medidas.	Siempre es bueno saber que está pasando
Nos enteramos de todo, que pasa que pasará	Es necesario saber lo que pasa actualmente
Influye sobre la vida de uno	Ahora que empecé la facu me conviene saber porque me manejo solo con la plata
Sirve para ver como administramos nuestras ganancias	Es la base de la vida
Necesidad de saber como invertir el dinero	No podes hablar sin estar informado
Conocer nos permite proyectarnos a futuro	Tenemos que estar informados sobre la economía para poder obrar y saber lo que pasa
Nos da las base para tener una vida económicamente equilibrada	Influye en el día a día de las personas
Por la situación del país y como nos afecta	Es la base de todos los problemas y soluciones de un estado
Regula nuestra vida y modifica nuestra cultura	Para estar al tanto, algo hay que saber

Regula nuestra vida y modifican nuestra cultura, todo gira alrededor de la economía	Sino tienen idea nos pasan por encima
Es sumamente necesario estar informado acerca de la situación económica del país y del mundo	Nos afecta a todos
Es lo que mantiene al país	Uno tiene que estar ubicado en la realidad económica
Los problemas económicos son también sociales y van de la mano	a veces es bueno saber lo que pasa para poder anticiparse a una crisis
Es necesario enterarse como están las cosas en el país	De alguna manera te sirve para programar tu propia economía
Nos da información para tomar decisiones con respecto a la economía personal de cada uno	Es la realidad en la que vivimos
Desde economía individual hasta global	Nuestro futuro próximo
Para el capital propio, saber qué hacer con las finanzas para aconsejar	Ir viendo en que puedes invertir
Por la crisis que está pasando el país	Es necesario informarse sobre lo que ocurre en el país
En una cierta de años, pasó lo mismo que antes, así que se puede saber el porvenir	Te dicen lo que pasa día a día
Para saber acerca de la situación de nuestro país	Por la situación en la que estamos, por las consecuencias
Dependen muchas cosas de eso, sobre todo nuestro bolsillo	Es necesario saber para el capital personal, por los impuestos, en el sistema es obligatorio
Es vital para la vida cotidiana y para ejercer plenamente la ciudadanía	Ofrece un pantallazo de lo que está pasando
Es necesario saber lo que ocurre en el país	Parte de la vida social, conoce lo que pasa en la realidad
Está muy oculta, la gente necesita saber más	No es todo tampoco, es parte de la vida
Le preocupa la inflación, achicar gastos, se eligen las segundas marcas, estamos perdidos	La economía nos afecta a todos
En eso no ve lo que va a venir, uno proyecta	Reflejan la realidad de la que se está viviendo
Con eso sabemos la situación financiera	Permite tener una visión general y ayuda a formar una opinión sobre los políticos que nos gobiernan
La manera de saber como va el país, como va encaminado	Si bien no es algo que vemos todos los días es importante para nuestro día a día
para saber en qué contexto te encontráis	Es esencial el saber de la economía ya que se pasa algo con ella repercute en nuestros bolsillos
Se refiere a nosotros	Nos permite saber más del tema y como va evolucionando la economía de nuestro país
Por compromiso ciudadano	Es necesario conocer lo que pasa en la economía a nivel regional, nacional e internacional ya que la globalización hace que nos afecte a nivel particular
En base estar bien informado uno puede tomar mejores decisiones	Saber de los temas que nos competen y ver diferentes visiones del tema
Por la economía personal	Es necesario tener conocimiento de la economía tanto nacional e internacional
Hay muy poca economía	Me parece que no estar informado de lo que sucede es ser ignorante, además me interesa
Es lo que estudio	Nos ayuda a comprender la situación del país
Para manejar costos, producción	Informarse fatiga, la información que brindan los medios digitales me brindan pantallazos del

	mundo económico
La política que se toman después van a influir en nuestra visa	Es uno de los temas esenciales de una nación
La economía maneja todo	Nunca se sabe con totalidad cuanta veracidad hay en la información
Según como anda la economía anda el país	Es un tema clave para el funcionamiento del país
Es algo que me perjudica e influye en el día a día	Es un tema de interés social
Todos los días necesitamos saber de los precios, gastos, costos de viajes, productos, etc	Son temas cotidianos
Si la economía de un país funciona bien y ordenadamente y con credibilidad el resto funciona bien	Forma parte de los temas más importantes de un país
Es el dinero lo que nosotros trabajamos es nuestro futuro, es hacia donde va el país	Nos permite tomar decisiones o puntos de vista
Lo social y político depende de la economía	Nos ayuda en nuestra vida diaria
Es lo que nos clava, hay que aprender a manejarla para usarla y convertirla en sujeto de derecho y no solo como sujeto consumidor	Está relacionada con le día a día y es primordial para la sociedad
Atraviesa gran parte de l bienestar de la sociedad y nuestra vida en particular	Repercute en todos los ámbitos de la vida cotidiana
Por el conocimiento en otras personas	Es la base de supervivencia hoy día
Establece sistemas de toma de decisiones	Por los precios y el desempleo, puedo entender
Nos marca el rumbo de un país	Es necesario estar informado
Marca el rumbo social	Estar informado sobre la suba de precios y sobre el impuesto a las ganancias
Influye en la mayor parte de los aspectos de nuestra vida	La economía la tenes presente todo el tiempo, cualquier cambio que se realice nos afecta el bolsillo
Muestra como está funcionando el país	Para saber como estamos
Es fundamental que sepamos como estamos económicamente en nuestro país, ya que influye muchísimo en nuestra sociedad	Es como nos manejamos con la economía
Nuestro sistema que nos mueve en cuanto a economía es el actual y tenemos que estar informados	De eso depende como podes vivir
La economía determina la vida del país	Se vale de variables económicas para estar actualizándose en su trabajo
Influye en la vida cotidiana de las personas en su bienestar y calidad de vida	Es necesaria para que no nos mientan
Conocer la realidad económica del país, para poder planificar y tomar decisiones	Eso nos permite poder analizar nuestra situación como país y provincia
Es parte importante de la sociedad	Es algo que nos afecta a todos
Es prácticamente esencial hoy en día	Es parte de la vida
Informarse y saber que está haciendo el gobierno, sólo los medios oficialistas ven lo bueno y por los opositor lo malo, hay que leer todo para recién emitir una opinión	No entiendo y no me gusta mucha la economía
Es la principal área de intervención del gobierno y es el aspecto de la vida diaria que más se ve afectado por regulación	La plata es todo y rodea todo lo que hacemos y somos
Hace que incida directamente	Fundamental para vidas cotidianas y comprender procesos en nuestro país

Influye considerablemente en el destino de un país la propiedad privada y la sociedad	Es necesario esterarse de las cosas que pasan en el país
Día a día	De todo depende la economía
Dependemos de la economía y de los problemas que sucedan para tomar decisiones de vida, en el hogar y en el trabajo	Todo gira alrededor de la economía
Es lo que guía las decisiones políticas más importantes	Para estar al tanto de la sociedad en general y de la vida de uno
De la economía de nuestro país depende el futuro de nuestra sociedad	Es algo básico
La gente debe saber que sucede a su país	Ayuda a comprender muchos aspectos de la sociedad y de la política
Permite comprender el funcionamiento y dinámica de la sociedad	Le interesa saber para poder administrarse
El país se mueve con una economía de la que tenemos que tener conocimiento para comprender su funcionamiento	Uno maneja las finanzas del hogar y necesita saber como está la economía
La base para el desarrollo de una sociedad, para el avance, para el sustento, etc	Necesita saber sobre asuntos económicos
Es algo en lo que todos estamos inmersos	Por el trabajo, la plata y la estabilidad del país
Nos sirve para saber como está nuestro país y nuestra economía	Así te guías sobre como puedes distribuir tu sueldo y gastar
Sabemos que recursos se encuentran escasos y esto incide en la producción de los bienes y servicios	Es parte de todo
La actividad económica define al país en sus relaciones, internas y con el exterior	Cualquier cosa que suceda eso te afecta sea alta o baja tu situación económica
Es cotidiana, muy importante para las relaciones entre los diferentes grupos de la economía	Para poder tener estabilidad uno mismo
Nos ayuda a organizarnos	no se puede saber como ahorrar o como llegar a fin de mes
Nos afecta directamente en nuestra vida cotidiana	Saber como está la nación y la provincia
La economía mueve al país y hoy en día todo se maneja en términos económicos	Es necesario saber sobre el estado de la economía
Nos ayuda a informarnos, crear y consolidar un punto de vista	Para saber cómo vivimos
Es lo que estudio y me interesa	Allí sabemos como está el país
Eso te orienta como manejarte en la vida y saber que decisión tomar	Es parte de nuestra sociedad y lo que rige
En eso se basa la vida cotidiana	Es lo que determina lo que nos paso
Le afecta	Impactan en todos los aspectos de la vida cotidiana
Para saber más	Condiciona la opinión de cada uno
Es necesario para saber para donde arrancar, es información básica	La base sustentable de una familia
Es en donde depende todo, los grandes cambios vienen desde la economía	Nos está regulando la vida
Es lo que vivimos a diario en cuanto a los que son costos	Es parte de la vida
Lo necesita porque es de otro país	Todos sabemos saber como se maneja los fondos en el país y la provincia
Nos mantiene al tanto de todo	Nosotros hacemos la economía del país
Influye a todos nosotros y nuestras actividades	Está presente en todos los ámbitos y en todas

	las actividades de la vida
De la economía depende de como vivimos	Hasta que día del mes podemos vivir con la plata
En este momento sí, depende de cada paso de la economía	Tenemos que mantenernos informados diariamente
por la toma de decisiones	Para saber como estamos en el país
Es la base de la unidades personales	Es lo que uno va llevando día a día en el bolsillo con el consumo propio
El cambio del dólar	Aspectos importantes que los jóvenes deben informarse
Para vivir	Delimita las tomas de decisiones en el ámbito político y comportamiento ciudadano
La situación económica es muy mala	Es la base del país
El gobierno sino hace lo que quiere	Para saber como desenvolvemos en la vida
Para entender la situación del país	Para saber como llegamos a fin de mes
Para entender porque aumenta todo	En base a eso uno sabe cuanto gastar
Es parte de todo	Es un aspecto del capitalismo que vivimos
Tiene que ver la mirada que tenemos	Como ama de casa
Es parte de la vida cotidiana	No somos dueños de nada
Condiciona nuestra forma de vida	Somos empleados que tenemos que estar informados para ahorrara
Se puede comprender la realidad del país	Por los sueldos para poder desenvolverte
Te permite tomar decisiones	Para saber prever de que manera usar el peso
Por el trabajo que tengo	Es parte de la realidad donde vivimos
Todos dependemos de eso	Con ella podemos entender los manejos que hacen con nuestros país
No estamos en una buena situación económica y hay que estar atentos, todo cambia todo el tiempo	Nos interesa como está las cosa, cada uno dice lo que quiere y lo que le conviene
Necesitamos conocer la realidad para tomar acciones y poder modificarla sino nos gusta	Es lo que trata la economía familiar
Tenemos que conocer la realidad de país para saber como vivimos	Para saber como administrarme por el rubro en que trabajo
De eso depende la situación del país y las oportunidades que tenemos dentro de la sociedad	Te informa el aumento de las cosas para ver si alcanza o no
La información debe ser difundida, la gente está muy mal informada	Todo el tiempo hacemos cosas que tiene que ver con la economía
Determina la forma en que vivimos	Es de lo que se habla
El desarrollo económico es importante para nuestro futuro	Para saber como está el país en relación a otros países
Las oportunidades de informarse acerca de lo que suceded en la comunidad y el país	Estar informado, mirar otros programas para comprara infamación objetiva
Determina que lo que podemos hacer y que no	Es parte de la realidad de un país
La situación económica nacional determina la realidad del país	Por lo que vivimos, como vamos
La actividad económica es inherente a la actividad humana y transversaliza todas las órdenes de la vida	Para saber como está el país
Saber y entender la realidad donde vivimos para concientizar y propiciar el cambio	Es con lo que tenemos que vivir
Saber donde estamos parados	La situación económica nos compete a todos
Para saber que hacer con nuestra economía familiar	Está todo muy caro, uno tiene muchas cosas que pagar

Todos pasmos por la misma economía, porque estamos mal	Sino sabemos nada ella no nos podemos manejar
A veces te sirve y a veces no	Por el tema del cambio
Para saber que gastar	Es la realidad del país
De acuerdo a eso es el funcionamiento del país y del mundo	Te da la oportunidad de que prevengas, administrar la plata y recursos financieros
Trata temas como inflación, el voto, el dólar, el mercado en general	Condiciona el salario
De eso depende el futuro , la forma de vivir	Hay que conocer la información del país
A través d ella la ciudadanía puede tener conciencia de la situación política y social que está atravesando	Para todo se necesita dinero
Para ser independiente econonómicamente hay que conocer	Debemos saber pero depende quien la maneje
Para que a partir de esa información es que se puede entender los procesos sociales y como gobiernan	
Normalmente uno tiene que estar actualizado en la realidad	
Todo gira en torno a la economía nacional e internacional	
Nos permite planear acciones para poder mantenernos y desarrollarnos	
Es necesario que el individuo sepa como y donde se encuentra para llevar adelante sus transacciones	
La historia es económica	
Sin ella, se iría todo de las manos solo sabríamos de los monopolios	
El desarrollo económico es importante para el densevolvimiento personal	
Conocer la situación económica del país para poder manejar la propia economía de uno	
Todos tenemos que tener la noción de lo que pasa	
Es fundamental para mi labor profesional y como ciudadano	
Depende el futuro de la economía del país	
Está en todos lados por nos manejamos a través de ella	
Para estar atento ante cualquier cosa que pueda pasar en nuestra vida	
Es el camino de un país	
Para el desarrollo de la vida diaria	
Para saber que comprar o no	
Se conoce la realidad	

Fuente: Ciudad de Córdoba - Noviembre 2012

## 5.2. Síntesis de las encuestas tomadas cada año

- **CONCLUSIONES ENCUESTAS AÑO 1999**

Los resultados del año 1999 contabilizan solo las encuestas contestadas afirmativamente, por ello el porcentaje es del 100%. En primer lugar la TV con un 38,19%, es el medio mas mencionado le sigue la radio con un 27,33 y luego la prensa con un 25, 57, sin embargo ante la pregunta acerca de cómo forma su opinión sobre el tema del desempleo un 60.84 % contesta que a través de la prensa. Los que se informan a través de la prensa un 55,05 % lo hace leyendo La Voz del Interior, un 15,60 lee el Clarín, un 8,26 lee La Nación, y un 3, 67 La Mañana. Los argumentos para fundamentar La elección del diario son, porque era más interesante, por la información local o por ser el único a su alcance, en porcentajes 46,86%, 27,43%, 9,14%. La segunda razón de la selección de ese medio estaba en el saber balancear la información 7,69%; calidad 7,69%, objetividad 23,08%, veracidad 15,38%. Un 45, 77 afirmo que sigue a un periodista en particular. Los mas mencionados fueron Mariano Grondona 17,11% que es del diario La Nación y además tiene programas en la TV; Mario Pereyra 7,89% y Miguel Clariá 31,58% que son de las radios locales, aunque el 2º suele aparecer en la TV. Al momento de inquirir acerca de la confiabilidad y objetividad de las noticias económicas se les pregunto sobre las fuentes usadas por los periodistas; un 92 % afirmaron que r eran entre Excelente 14,08% , Muy buena 36,62% y Buena 41,55%.

- **CONCLUSIONES ENCUESTAS AÑO 2000**

En este año la pregunta fue: acerca del interés por informarse sobre el desempleo y de la reforma laboral. Un 57, 80 % contesto en forma afirmativa. Los medios que aparecen en primer lugar para informarse son: la prensa con un 36,36%; la televisión con un 33,64% y la radio con un 27,27%. Este año la prensa aparece antes que la televisión. En cuanto a que prensa se lee el orden es: La Voz con un 50,82%; Clarín con un 16,39%; La Nación con un 8,20%; La mañana de Córdoba con un 6,56%.

Solo un 37,50 % afirmo conocer a algún periodista y mencionaron periodistas de los cuatro medios gráficos. Un 80,47% afirma leer tanto notas de opinión y análisis como de información y un 19,51 % solo lee de información económica. Solo un 48,79% se mostró satisfecho con la información económica del medio que lee. Las razones por la que no están satisfechos con la información son, entre otras: la poca objetividad, información incompleta

o parcial, y la dificultad para comprenderla. De quienes si están satisfechos con la información económica un 31,71% si considera que la información es objetiva. El 82,93% del total de los encuestados considera que es comprensible, ya sea que estén satisfechos o no o que la consideren suficiente y objetiva o no.

- **CONCLUSIONES ENCUESTAS AÑO 2001**

Las encuestas del 2001 son a un público heterogéneo donde, como siempre, predominan las edades entre 20 y 60 años. En este año también se preguntó si se informa sobre economía, en particular sobre el desempleo debido a la situación general de crisis, es decir, al aumento tan grande del desempleo. Un total de 75,53 % contestaron afirmativamente. La TV como medio para informarse sigue en primer lugar, luego un 31,84% dijo informarse a través de la prensa y, la radio en tercer lugar. De los medios aparecen los cuatro diarios en el orden de siempre: La voz del Interior, Clarín; La Nación; y La mañana de Córdoba.

Solo un 35,44% identifica a los periodistas cuyas notas lee para informarse sobre economía, muchos, de los mencionados son de análisis político y otros de la televisión. El 51,06% esta satisfecho con la información que recibe sobre economía y en particular sobre desempleo; un 13,35% afirmo que no; el resto optó por la opción de no lo suficiente. Al final de la encuesta se les solicitaba si deseaban agregar algún comentario; entre otros: muchos de los comentarios fueron en contra de los políticos o de la política económica; respecto a la información económica dijeron: los economistas deberían dirigirse a la población con un vocabulario más sencillo, no entendemos lo que dicen; por más que la gente se interese, los políticos hacen lo que quieren; no entiendo lo que dicen, porque no estoy capacitada; pienso que no existe un periodista económico que sirva para salir de la crisis; son todas mentiras; que se le dé más espacios a los cuadros, gráficos, a la noticia desempleo para que la gente se entere de nuestra situación; no entiende mucho; la información es buena, la economía Argentina es catastrófica; no me gusta el tratamiento que le dan a la información y a los hechos que en realidad deberían ser conocidos; en momentos de fuertes crisis y cambios, como sucede actualmente, uno se interesa por informarse sobre estos tipos de temas; la información es muy parcial, muy de derecha; que todos los días está peor la economía; los periodistas especializados en economía hablan

para los entendidos en el tema, no para el grueso de la población; la mayoría de la gente no entiende de economía y yo particularmente no estoy demasiado informado; **que lo único importante para los economistas es el riesgo país.**

- **CONCLUSIONES ENCUESTAS AÑO 2002**

Un 68 % contesto afirmativamente a la pregunta sobre si se informa acerca de economía y en particular del desempleo. Los medios mas mencionados fue la televisión con un 44,44%; en segundo lugar la prensa con un 32,03% y en tercer lugar la radio con un 15,69% . De la prensa se mencionan los cuatro diarios La Voz del Interior, Clarín; La Nación y la Mañana de Córdoba. Un 28,57 % afirma que identifica a quienes escriben sobre economía y en particular sobre desempleo. Nombran periodistas de La Voz, y algunos de Clarín, otros son de política o son de la televisión y la radio.

Un 44,68% afirma estar satisfecho con la información que encuentra en el medio que lee. Un 23,40% afirma que no lo está. Los fundamentos, entre otros son: que los medios están manipulados; que todos tiran para su lado; que la información que brindan está muy distorsionada, no dicen la verdad; que está satisfecho porque son todos iguales; que ninguno es completamente bueno; que son parciales; que espera que la nueva generación de periodistas sea mejor; que es poca la información, le dan poca importancia; que el gobierno tendría que informar; que el diario La Nación es objetivo; que el diario Clarín no es objetivo, que está muy manipulado.

- **CONCLUSIONES ENCUESTAS AÑO 2003**

Un 75% contesto en forma afirmativa sobre que se informa acerca de economía y en particular del desempleo. Los medios son mencionados siguen el orden de: la televisión con un 39,23%; la prensa con un 26,92% y la radio con un 23,85%, La prensa mas leída es La Voz con un 64,89%; le sigue La mañana de Córdoba con un 9,57%; y luego Clarín y La Nación con un 4,26% cada uno. Un 6,58% identifica a quienes escriben sobre economía y en particular sobre desempleo. De ese porcentaje un 80 % mencionaron periodistas especializados en política.

En cuanto a la satisfacción con la información 43,24% esta satisfecho, un 21,62% no lo esta y un 35,14% mas o menos. Al momento de preguntar sobre que medios se informa un 5,38% optó por de otras fuentes. Internet 66,67% representa el 66,67% de esas otras fuentes.

Hacia el final de la encuesta se les solicitaba hacer algunos comentarios, entre otros dijeron: que la información económica no es muy accesible; que la información publicada en diarios suele ser tediosa, muchos números y porcentajes; que el tema de los desocupados no parece ser preocupante para estos medios; que si hablan de la delincuencia, la pobreza, pero no analizan las causas de estos males; que no me fijo en quien escribe las notas; que la información sobre economía a veces no es creíble, no coincide con lo real y muchas veces los números están dibujados; que no analizan la realidad económica; que en los diarios uno se informa como puede de economía aunque a veces es difícil entender de qué hablan; que no dan los resultados veraces para que no se produzca el caos; que nos hacen creer que estamos bien cuando en realidad no es así; que la información sobre desempleo es escasa y muchas veces las noticias económica son inentendibles; que deben mejorar el lenguaje y tener más objetividad; que la información está muy manipulada; que los periodistas deberían ser más objetivos y menos influenciados; que hoy en día todas las noticias están enfocadas desde un aspecto político.

- **CONCLUSIONES ENCUESTAS AÑO 2004**

Un 71,67% contesta en forma afirmativa que se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos. Los medios que eligen son: en primer lugar la televisión con un 41,51%; en segundo lugar la prensa con un 27,95%; luego la radio 20,63% y en cuarto lugar la Internet con un 7,88%. La Voz del interior, Clarín, La Nación, y la Mañana de Córdoba son, en ese orden, la prensa que leen para informarse sobre economía.

Un 47,67% dice que identifica a los periodistas que escriben sobre economía y nombran un periodista de los cuatro medios de prensa. Los artículos de economía que leen son: de género informativo un 51,72%; de género de análisis u opinión un 45,37% y ambos un 2,91%. Un 92,01% está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio. Los encuestados que se informan de economía en Internet; lo hacen ingresando a la

versión on line de La Voz del Interior; Clarín y La Nación. En esos sitios de Internet que consulta Un 92,31% lee básicamente notas económicas del género informativo. Y el nivel de satisfacción llega a un 88,46%; el porcentaje de quienes opinan que en esos sitios la información es objetiva es de un 78, 89%. Y comprensible un 77, 05%.

- **CONCLUSIONES ENCUESTAS AÑO 2005**

Este año hablamos del 100 % de los encuestados que se informan sobre economía y en particular sobre el desempleo. Los medios mencionados siguen el orden de: la televisión con un 43,70%; en segundo lugar la prensa con un 27,41%; en tercer lugar la radio con un 25,93% y en cuarto lugar Internet con un 2,96%

Los diarios mencionados por quienes se informan a través de la prensa siguen el orden de: La Voz del interior con un 59,62%; Clarín con un 7,69%; La Nación y La Mañana ambos con un 3, 85%. Dos diarios de tirada nacional aparecen antes que La Nación y La Mañana de Córdoba. Un 13, 51 % dicen conocer los periodistas que firman las notas económicas y mencionan algunos economistas.

Un 52,78% afirma que está satisfecho con la información que recibe sobre economía y en particular sobre desempleo.

En los casos de encuestados que se informan a través de Internet; un 66, 67 % consulta la Voz on line y un 25% dice conocer a los periodistas que lee pero no nombran a nadie conocido. Un 100% está satisfecho con la información que recibe sobre economía y en particular sobre desempleo. Los comentarios que se agregan son, entre otros: que la información recibida es muy superficial y lenta; que deberían pasar más información económica y con más claridad; que el diario debería ser más extenso y completo; que hay que agarrar con pinzas lo que cuentan, no son objetivos; que la información debe ser más entendible y fácil de comprender; que la información es muy superficial; que no tocan todos los temas que interesan y se expresan en un lenguaje difícil; que debería presentarse la información de una manera más amplia y clara: que siempre dicen la verdad; que a veces trabajan mal y el vocabulario, es muy complejo.

- **CONCLUSIONES ENCUESTAS AÑO 2006**

Un 67, 21 % contesta que se informa sobre economía. Los medios mencionados son: en primer lugar la televisión con un 36,37%; en segundo lugar la prensa con un 30,94%; luego la radio con un 20,66% y en cuarto lugar Internet con un 9,16%. De la prensa que lee principalmente para informarse sobre economía, el diario La Voz del Interior es el primero seguido por La Nación, el Clarín y La Mañana de Córdoba. De esa prensa un 68, 34% dice identificar a algunos periodistas que escriben sobre economía pero no mencionan ninguno de los que efectivamente escriben en esos diarios.

Los artículos que lee son: un 44,00% solo informativos; un 16% dice leer solo artículos del genero de análisis u opinión y de ambos géneros un 40,00%. Un 30% está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio, pero un 60 dice que a veces.

Los encuestados que manifestaron informarse a través de Internet afirman hacerlo en los diarios on line; un 77% lee tanto artículos informativos como de análisis u opinión. Un 16% esta satisfecho con la información / análisis económico que encuentra en Internet, los fundamentos, entre otros son: la subjetividad del periodista. Un 70% consideran que la información económica en Internet no es objetiva. Un 77% considera que la información económica en Internet es comprensible.

Del total de los encuestados un 46,88% considerada que la información económica es muy importante y un 51,56% que es importante.

- **CONCLUSIONES ENCUESTAS AÑO 2007**

Un 58, 87% se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos. Los medios a través de los cuales se informa sobre economía son: la televisión con un 32,18%, en segundo lugar la prensa con un 29,24%, luego la radio con un 25,13% y por último Internet con un 11,38%. La Voz del Interior, La Nación, Clarín, Ámbito Financiero, La Mañana de Córdoba, en este orden, son la prensa que lee principalmente para informarse de temas económicos. Un 66, 04% afirma que identifica algunos periodistas de esa prensa y nombran de los tres primeros diarios.

El género de los artículos que lee es en un 60,53% informativo y del género de opinión o análisis de un 31,97%. Ambos géneros un 7, 50%.

Un 75,45 % está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio. Un 51,58 % considera que la información económica en esos diarios es objetiva. Los fundamentos, entre otros, son: porque la información refleja lo que en la realidad sucede.; porque hablan de lo actual, la inflación; porque dicen la verdad; porque son periodistas comprometidos; porque no considero que los autores se dejen influenciar. Los que afirman que no es objetiva sus argumentos son: porque ningún medio es objetivo; porque aplica mucho su opinión; porque cada autor escribe en base a sus pensamientos.

Un 81,90% considera que la información o el análisis económico en esos diarios es comprensible. Las razones son, entre otras: que la redacción es óptima, no carece de falta de coherencia, por ende es comprensible y fácil de analizar; porque usan palabras de fácil comprensión.; porque no utiliza una explicación compleja del tema; porque tratan de usar términos no tan técnicos; porque usan un lenguaje técnico pero se adecuan a los conocimientos básicos de la sociedad. Los que dicen que no es comprensible se basan en algunos de estos argumentos: porque utilizan términos muy avanzados; porque se necesita vocabulario específico para interpretar correctamente información; porque utilizan vocabulario incomprensible. Los temas económicos que algunos consideran que están ausentes en esos diarios son: la economía de sectores pobres; los efectos a largo plazo, alternativas de políticas económicas y mencionan otros temas que si están en la agenda.

El 11,38% que se informa a través de Internet se informa sobre economía, lo hace en los sitios on line de La Voz del Interior, Clarín, y La Nación. En esos sitios lee un 46,24% de noticias del género informativos; un 36,69% del género de opinión y un 14,07%.de ambos géneros. Un 86,12 %. Afirma estar satisfecho con la información / análisis económico que encuentra en Internet. Un 57,42% considera que la información económica en Internet es objetiva y un 18,78% que no lo es. Los fundamentos para decir que es objetiva, entre otros, son: porque es clara y de dominio público; porque se hace lectura crítica. Y los argumentos para quienes consideran que no lo es, son, entre otros: porque depende de la subjetividad del periodista; porque son tendenciosas; porque es difícil de lograr objetividad.

Un 69,69% considera que la información económica en Internet es comprensible. Algunos de los fundamentos son; porque el lenguaje es comprensible; porque es sin muchos indicadores; porque es didáctico; porque hay estadísticas.

Del total de quienes contestaron las encuestas un 49,09% considera a la información económica muy importante y un 44,85% la considera importante. Algunas de las razones son: porque todos debemos tener una idea de la realidad actual; porque de cómo funciona la economía depende nuestro nivel de vida; porque es el punto clave en el rumbo de un país; porque ayuda a entender la realidad social en que vivimos; porque nos permite organizarnos mejor con los gastos diarios para llegar a fin de mes, principalmente.

- **CONCLUSIONES ENCUESTAS AÑO 2008**

Un 69, 79% se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos. Se informa a través de: la televisión en un 36,53%, en segundo lugar la prensa con un 27,20%, en tercer lugar Internet con un 18,15% y por último la radio con un 16,95%.

Los cuatro diarios, La voz del Interior, Clarín, La Nación y la Mañana de Córdoba son la prensa que lee principalmente para informarse de temas económicos. Un 24, 29% identifica algunos periodistas de esa prensa. Nombran de los tres primeros diarios, mas periodistas de Clarín y de La Nación.

Los artículos que leen en un 54, 03% del género informativo. Un 66, 81% está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio. Un 34, 43% considera que la información económica en esos diarios es objetiva. Algunos de los fundamentos son: por la “seriedad” del medio; porque no emiten juicios de valor. Para quienes no es objetiva, algunos de los argumentos son; el carácter de “empresas” que poseen los medios o grupos de medio.

Un 73, 55% considera que la información o el análisis económico en esos diarios es comprensible. Algunos de los fundamentos son: la explicación de los términos técnicos; la accesibilidad del vocabulario. Para quienes no es comprensible algunos de los argumentos son: por el vocabulario difícil que confunde a la gente; porque no es para la gente de clase baja Un 53, 46% considera que hay temas económicos que están ausentes en esos diarios. Entre otros, mencionan: que no hay un seguimiento objetivo de la inflación; que no hay un seguimiento de los precios de los bienes de consumo básico comparados con los de los bienes sumarios y durables; y la comparación de la oferta y demanda de cada uno; que no hay temas internacionales.

Los que se informan a través de Internet, se informan en los sitios de Clarín, La Voz del Interior y, La Nación. En esos sitios, un 66, 21% lee básicamente artículos

económicos del género de informativo. Un 77,48% dice estar satisfecho con la información / análisis económico que encuentra en Internet. Un 12,68% considera que la información económica en Internet es objetiva, algunos de los argumentos son: por el prestigio que posee la página; porque no intentan persuadir o “venderle” ideas; porque al informar acerca de economía no se puede opinar, sólo arrojar datos. Un 73,01% considera que la información económica en Internet es comprensible.

De todos los encuestados un 45,41% considera a la información económica es muy importante y un 46,91% la considera importante.

- **CONCLUSIONES ENCUESTAS AÑO 2009**

Un 63,78% se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos. Los medios a través de los cuales se informan son: la televisión con un 37,13%, en segundo lugar la prensa con un 26,39% en tercer lugar Internet con un 18,65% y en cuarto lugar la radio con un 15,01%. La prensa que leen son, en este orden: La Voz del Interior Clarín La Nación y La mañana de Córdoba. Un 14,61% identifica periodistas y nombran periodistas de los cuatro medios, también nombran especialistas en política y de la televisión.

Los artículos que leen son del género informativo un 34,46% y del género de opinión un 10,95%; de ambos géneros un 54,59%

Un 49,19% está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio. Un 27,28% conserva los artículos económicos para releerlos y un 27,48% los conserva a veces. Un 55,76% considera que la información económica en esos diarios es **objetiva**. Algunas de las razones son; porque no tergiversan la información; dan datos corroborados; porque hay un manejo transparente de la información; porque es prensa evaluada y transparente; porque son periodistas de diferentes orígenes. Los que consideran que no es objetiva, afirman, entre otras razones que: tiene tintes políticos; no siempre está fundada en datos sólidos; la información está manipulada; porque muestra información que es conveniente para el Estado; porque no muestra la realidad tal cual es; porque privilegian los intereses de su empresa.

Un 83,14% considera que la información o el análisis económico en esos diarios son comprensibles. Entre los fundamentos mencionan: porque el vocabulario es comprensible; porque el medio está destinado a un público general; porque la explicación es sencilla; porque está bien explicada. Para los que consideran que no es comprensible

algunos de los argumentos son: por el vocabulario técnico; por la utilización de lenguaje complicado, o muy técnico; porque hay que saber de economía.

Un 48, 80. % que hay temas económicos considera que están ausentes en esos diarios. En los diarios de Bs. As. los temas del interior del País; De los locales, el tema de las Cooperativas, la escasez de agua, la pobreza, los que tienen relación con las provincias y ciudades más pequeñas, la mala distribución de la riqueza, el deterioro de la economía, los verdaderos números del INDEC.

Los sitios de Internet donde se informan sobre economía son los diarios on line, en este orden: La Voz del Interior, Clarín, y La Nación 13%. Un 19, 84% afirma que abre los artículos económicos para leerlos con detenimiento, un 55, 60% solo a veces. En los sitios de Internet que consultan un 32,80% lee básicamente noticias económicas del género de informativo un 14,55% del género de opinión y un 52,65% de ambos géneros. Un 80, 84. % está satisfecho con la información / análisis económico que encuentra en Internet. Un 25, 94% considera que la información económica en Internet es objetiva. Los fundamentos, entre otros son: porque muestra la realidad tal cual como lo muestra el diario impreso; porque no hay intención de influenciar, porque la prensa debe ser objetiva; porque se basan en datos comprobados; porque solo informan. Los que consideran que no es objetiva entre otras razones, dicen que: por la falta total de credibilidad de las páginas en Internet; porque no sabemos quiénes son los autores de tales artículos. Un 65,03% considera que la información económica en Internet es comprensible.

De todos los encuestados un 42,89% considera a la información económica es muy importante y 51,79 % considera que es importante 51,79%. Los fundamentos son, entre otros: porque la economía es la que rige y mueve a la actividad económica tanto del país, como la individual; porque el conocimiento de ésta forma parte de la cultura general; porque la vida de un País gira en torno a ésta; porque las decisiones que otros toman influyen en nuestra vida; tomarla como muy importante es dejar otras cuestiones de lado, además hay que analizarlas de modo crítico; porque es importante tener conocimiento sobre ésta y es necesaria para tomar buenas decisiones.

- **CONCLUSIONES ENCUESTAS AÑO 2010**

Un 64,26% se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos. Lo hace a través de televisión en un 35,27%; luego de la prensa en un 25,57%, en tercer lugar de Internet en un 21,87% y en cuarto lugar de la radio en un 14,74%. La prensa que leen es, en este orden: La Voz del interior, Clarín. Ámbito Financiero, La Nación, Día a día, Pagina 12 y La Mañana de Córdoba. De esa prensa el 38,24% identifica algunos periodistas. Mencionan fundamentalmente periodistas de La Voz del Interior, hay de la Nación y muchos de televisión. No todos son periodistas que escriben sobre economía. Los artículos que leen son del género informativo en un 28,96%, del género de opinión un 3,58% y de ambos géneros un 67,46%. Un 34,13% está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio. Solo el 6,76% conserva los artículos económicos para releerlos. Un 38,65% considera que la información económica en esos diarios es objetiva. Entre otras razones dicen que: porque tienen confianza; porque la información condice con los hechos de la realidad; porque no hay manipulación de la realidad; porque es imparcial; por la larga trayectoria del medio; porque presentan un panorama actual; porque el diario es bueno; porque es la verdad; porque hay coincidencia de la información con la realidad y por la oposición al gobierno nacional; porque hay pluralidad de voces que se encuentra en dichos medios. Los que afirman que no es objetiva tienen entre sus argumentos: que responde a intereses del medio; que siempre hay carga subjetiva; que hay diferentes intereses económicos; que los periodistas siguen diferentes lineamientos de pensamiento; que los diarios están influenciados por partidos políticos; que muchos periodistas siguen los intereses del medio para el que trabajan; porque hay intereses políticos, económicos e ideológicos; por las peleas del gobierno y los Mass Media. Un 88,60% considera que la información o el análisis económico en esos diarios son comprensibles. Los fundamentos son, entre otros: porque no utiliza lenguaje técnico específico; porque tiene conocimientos previos en la materia; porque el vocabulario es sencillo; porque los temas están bien explicados y desarrollados brevemente; porque utilizan vocabulario simple; porque incorporan breves definiciones o explicaciones de palabras difíciles; por la forma de presentar tanto notas, datos o estadísticas es accesible; porque utilizan la claridad y la precisión para informar. Los que afirman que no es comprensible argumentan: por el lenguaje técnico; por las palabras complicadas; por ser confusa la explicación; por utilizar terminología técnica de la economía.

Un 47, 44% considera que hay temas económicos que están ausentes en esos diarios. Mencionan: la economía social, otros si están en la agenda de todos los diarios.

Los que se informan a través de Internet lo hacen en los diarios on line en este orden: La Voz del interior, Clarín, y La Nación, sin porcentajes. Un 26,05% abre los artículos económicos para leerlos con detenimiento. En los sitios de Internet que consultan un 4,79% leen básicamente del género informativo, un 14,33% del género de opinión y un 60,88% de ambos géneros. Un 34, 13% está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio. El 88,60% considera que la información o el análisis económico en esos diarios son comprensibles. Un 47, 44 % considera que hay temas económicos que están ausentes en esos diarios. El 26,05% cuando ingresa a un diario en Internet abre los artículos económicos para leerlos con detenimiento. En los sitios de Internet que consulta un 24,79 % leen básicamente artículos del género Informativo, un 14,33% del género de opinión y un 60,88% de ambos géneros. El 72, 17% está satisfecho con la información / análisis económico que encuentra en Internet. Un 25,24% considera que la información económica en Internet es objetiva. Porque hay confianza/fidelidad en el medio; porque en Internet se encuentran muchas y diferentes voces; porque hay datos y análisis. Los que consideran que no es objetiva dicen que: porque no es posible la objetividad; porque los medios responden a diferentes intereses; porque los sitios son poco confiables. Un 70, 29% considera que la información económica en Internet es comprensible.

De todos los encuestados el 42,78% considera a la información económica es muy importante y un 52,98% importante Las razones son: porque la economía influye en todos los aspectos de la vida; porque es saber acerca de cómo está el país hacia adentro y hacia fuera; para saber cómo actuar frente a determinadas circunstancias; para orientarse en lo cotidiano y organizarse día a día: para mantenerse alerta a lo que sucede; para manejar la economía familiar.

- **CONCLUSIONES ENCUESTAS AÑO 2011**

Un 56, 99% contesta que se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos. Los medios a través de los cuales se informa son: la prensa en primer lugar con un 30,53%., luego la televisión con un 28,54%, en tercer lugar Internet con un 22,40% y en cuarto lugar la radio con un 17,46%.

Los diarios La Voz del Interior, Clarín, La Nación, son los diarios que se que se leen principalmente para informarse de temas económicos. Un 19, 69 % identifica. A periodistas y nombran algunos de los cuatro diarios, mas de La voz de Interior; también nombran de la televisión y de la radio.

Los artículos que lee son: del genero informativo un 39,68%, de análisis u opinión un 10,65% y de ambos un 49,68%. Un 62, 65 % está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio. Las razones son, entre otras: porque la información es clara y muchas veces es objetiva; porque la información completa; porque responde a expectativas. Para los que no están satisfechos, que es un 12, 52%, las razones, entre otras son: por la falta de veracidad en los datos; por la falta de claridad en la redacción; porque a veces se leen cosas escritas por presión oficial y eso no está bueno; porque a veces no se entiende la terminología, porque es subjetiva; porque es tendencioso; porque les cuesta mucho entender el vocabulario específico que se maneja. Solo un 9,41% conserva los artículos económicos para releerlos.

Un 46, 24 % considera que la información económica en esos diarios, es objetiva y un 52, 55% que no lo es. Los fundamentos para afirmar que es objetiva son, entre otros: por la veracidad de los hechos; por Ética periodística; porque se contrasta con los hechos con la realidad; por el buen desarrollo de temas específicos; porque usa buenas fuentes; porque dice lo que pasa; porque no están con el gobierno. Los fundamentos para afirmar que no es objetiva son, entre otros: porque las fuentes poco confiables; porque la información está “dibujada”, y depende de la posición ideológica de los dueños del medio; porque ningún medio es objetivo; porque muchos periodistas siguen los intereses del medio para el que trabajan

Un 89,79% considera que la información o el análisis económico en esos diarios son comprensibles. Los fundamentos, entre otros son: porque es de fácil lectura; porque la Información está tratada por el periodista; porque tiene vocabulario sencillo; porque apuntan para que la información llegue más fácil; porque se utiliza un vocabulario bien redactado, simple (básico) y práctico; porque son claros y directos para informar y por las terminologías que utilizan. Para quienes no es comprensible los argumentos, entre otros son: porque el lenguaje es muy técnico; porque tiene un vocabulario especializado; porque a veces se utilizan frases o palabras complicadas, con terminología técnica y porque hay falta de claridad en la redacción

Un 37,40% considera que hay temas económicos que están ausentes en esos diarios. Por ejemplo: sobre niveles de desocupación; índices de pobreza, la inflación real; sobre Pymes; sobre la crisis mundial; sobre el verdadero motivo porque no se pueden comprar dólares.

El 22, 40% que se informa sobre economía en Internet se informa sobre economía, contesta que lo hace en los diarios on line de La voz del Interior, Clarín, La Nación, la Mañana de Córdoba y otros. Cuando ingresa a un diario en Internet un 29, 28% dice que abre los artículos económicos para leerlos con detenimiento. Y de esos diarios un 51,46% lee básicamente artículos de género informativo. Un 70,98% está satisfecho con la información / análisis económico que encuentra en Internet. Entre otros fundamentos afirma que: hay actualización de las noticias; puede entrar a sitios confiables y que la información económica es buena, completa y variada. Un 38,89% considera que la información económica en Internet, es objetiva. Entre los fundamentos afirman que; por la variedad de personas que la suben; por la crítico; por las buenas fuentes. Un 66,04% considera que la información económica en Internet es comprensible. Entre algunos de los fundamentos dicen: porque contiene vínculos y gráficos; porque los sitios están hechos para todo público; porque el vocabulario es de fácil comprensión.

Un 53,51 considera a la información económica importante muy importante y un 42,99%.que es importante. Entre los fundamentos: porque es importante saber en qué situación nos encontramos como sociedad; para poder tomar mejores decisiones; para que la economía no afecte sus vidas; porque es el pilar de un país; porque estamos condicionados por la economía: porque se conoce el sistema económico con esa información; por cuestión de trabajo: porque si la economía está bien, el país está bien; porque de acuerdo al presente económico se planea el futuro; porque afecta la vida diaria.

- **CONCLUSIONES ENCUESTAS AÑO 2012**

Un 61, 48% se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos. Los medios elegidos son: la televisión con un 32,14%; Internet con un 28,39%, la prensa con un 28,08%, y la radio con un 10,76%. Los diarios mas leídos son, en este orden: La Voz del interior; Clarín, La Nación y La Mañana de Córdoba. Un 26, 51% afirma identificar algunos periodistas. Los periodistas de La Voz del Interior son los mas

nombrados, y se nombran un o dos de la Nación y el Clarín; los que mas nombran son periodistas de televisión y de radio. El 61,41 % lee básicamente noticias del género de información; un 48, 59% lee artículos de los géneros de opinión y de información. Un 70, 45% afirma estar satisfecho con la información. Un 48, 48 % considera que esa información es objetiva. Los fundamentos son, entre otros: porque hay bastante coincidencia entre la realidad que nos cuentan y lo que se vive; por los aspectos económicos son objetivos; es de lo más confiable de Córdoba; porque muestra la realidad sin opinar si está bien o mal; porque es lo real, no lo del gobierno; porque dice la verdad y la realidad no disfrazada; porque dice la verdad y está en contra del gobierno; porque explica bien paso a paso; porque sólo informa, relata los hechos, los describe; porque es un diario serio; porque las fuentes son confiables; porque más allá de la mirada objetiva que tiene los periodistas, el diario refleja los temas tal cual suceden y los datos son certeros, porque tratan los temas desde un punto de vista relativamente crítico; porque son muy completos e informativos; porque cuenta la verdad de los hechos; porque se mantiene neutral; porque poseo las herramientas suficientes; porque confío en la seriedad de estos medios; porque no es un diario del gobierno; porque es más objetiva que la radio y la televisión; porque escriben periodistas de diversas ideologías y vasta trayectoria; porque están bien documentados; porque las fuentes son confiables; porque es un diario especializado e independiente; porque se limitan a informar.; porque no se puede manipular la información económica. Un 89, 90 considera que la información o el análisis económico en esos diarios es comprensible. Las razones, entre otras son: porque se entiende; porque cuando son de opinión son más sencillos; porque usan términos sencillos y prácticos para que entienda cualquiera; porque la redacción es de fácil comprensión; porque utilizan vocabulario simple para llegar a la sociedad en general; porque esta todo documentado; porque no usa vocabulario técnico; porque se entiende fácilmente; porque utilizan un lenguaje no tan formal, permitiendo al lector poder comprender la complejidades de los temas

El 10,10 % que considera que no es comprensible se apoya en algunos de los argumentos siguientes: porque utiliza un lenguaje técnico que requiere conocimientos previos; porque hay informaciones difíciles de comprender; porque no es clara la información económica; porque están en contra del gobierno, ocultan información; porque es información distorsionada; porque utilizan demasiado lenguaje técnico económico;

porque utilizan vocabulario técnico y avanzado; porque al no manejar algunos conceptos de economía a veces resulta confuso comprender. Solo un 40,88% considera que hay temas ausentes, entre otros la relación de lo local con lo internacional- contextualizar; la pobreza y hambre en el mundo por las políticas económicas capitalistas; el por qué de la economía que tenemos; la pobreza, la gente de la calle; estadística a nivel social, indicadores de pobreza, salud, etc.; temas globales; la verdadera situación del país. Se nombran muchos temas que si están en agenda.

Un 74, 50 % de los que se informan en Internet lo hacen a través de la versión on line de los cuatro diarios, los porcentajes mantienen la lógica de lectura de esos medios en la prensa; un 49% La Voz del Interior, un 12% Clarín, un 10% La Nación y un 1 % La Mañana de Córdoba. El nivel de satisfacción es del 77, 84 %. Un 26, 87% considera que la información económica en Internet es objetiva; uno de los argumentos es que te da más información que opinión, porque es actual, del momento. Un 69,17% considera que la información económica en Internet es comprensible, porque dice lo mismo de los diarios; porque lo hacen fácil para el lector; porque se redacta de una forma sencilla y entendible

De todos los encuestados un 49,11 % considera a la información económica es muy importante y un 48,46%, que es importante. Las razones son, entre otras: porque necesitamos saber cuales son las medidas a tomar para que se puedan resolver algunos problemas económicos; porque es la base de la economía de un país; porque se debe estar informado; porque es la base del desarrollo; porque forma parte de nuestra vida la economía; porque pasa algo con la economía y nos repercute en nuestros bolsillos; porque la economía mueve el mundo; porque la economía es el estudio de recursos, que subsistir; porque permite tomar decisiones a futuro.

### 5.3. Cuadros comparativos de los resultados del estudio de campo de la Opinión Pública

CUADRO I

	Contestaron la encuesta	Lugar de la prensa en los medios que se informan	Porcentaje de participación de los cuatro diarios	Qué % afirma identificar a periodistas. Los nombra
--	-------------------------	--	---	--

1999	100%	1°TV 2°Radio 3° <b>25,57%</b> (desempleo 60%)	1° La Voz 55,05 2° Clarín 15,60 3° Nación 8,26 4° La Mañana 3,67	SI. No mencionan
2000	57,80%	1° <b>36,36</b> 2° TV 3°	1° La Voz 50,82 2° Clarín 8,20 3° Nación 16,39 4° La Mañana 6,56	37,50%. Si mencionan
2001	75,53%	1° TV 2° <b>31,84</b> 3°	1° La Voz 2° Clarín 3° Nación 4° La Mañana	35,44%. No mencionan
2002	68%	1° TV 2° Prensa 3° Radio	1° La Voz 2° Clarín 3° Nación 4° La Mañana	28,57%. Si mencionan
2003	75%	1° TV 2° <b>32,03</b> 3° Radio	1° La Voz 64,89 2° Clarín 4,26 3° Nación 4,26 4° La Mañana 9,57	6,58%. No mencionan
2004	71,67%	1° TV 2° <b>27,95</b> 3° Radio 4° Internet	1° La Voz 2° Clarín 3° Nación 4° La Mañana	47,67 %. Si mencionan
2005	100%	1° TV 2° <b>27,41</b> 3° Radio 4° Internet 2,96	1° La Voz 59,62 2° Clarín 7,69 3° Nación 3,85 4° La Mañana 3,85	13, 51%. No mencionan
2006	67,21%	1° TV 2° <b>30,94</b> 3° 4° Internet 9,16	1° La Voz 2° Clarín 3° Nación 4° La Mañana	68,34%. No mencionan
2007	58,87%	1° TV 2° 29,24 3° Radio 4° Internet 11,38	1° La Voz 2° Clarín 3° Nación 4° Otro 5° La Mañana	66,04 %. Si mencionan
2008	69,79%	1° TV 2° 27,20 3° Radio 4° Internet 18,15	1° La Voz 2° Clarín 3° Nación 4° La Mañana	24,29%. Si mencionan
2009	63,78%	1° TV 2° 26,39 3° Radio 4° Internet 18,65	1° La Voz 2° Clarín 3° Nación 4° La Mañana	14,61%. Si mencionan
2010	62,26%	1° TV 2° <b>25,57</b> 3° <b>Internet 21,87</b> 4° Radio	1° La Voz 2° Clarín 3° Otro 4° La Nación	38,24%. Si mencionan
2011	56,99%	1° <b>30,53</b> 2° TV 3° <b>Internet 22,40</b> 4° Radio	1° La Voz 2° Clarín 3° Nación 4° La Mañana	19,69%. Si mencionan
2012	61,48%	1° TV 2° <b>28,08</b> 3° <b>Internet</b>	1° La Voz 2° Clarín 3° Nación	26,51%. Si mencionan

		4° Radio	4° La Mañana	
--	--	----------	--------------	--

**CUADRO II**

	El % de géneros de análisis y opinión al momento de leer la información económica	Porcentaje de satisfacción con la información económica de ese medio	Porcentaje que dice que la información económica es objetiva	Porcentaje que dice que la información económica es comprensible	Porcentaje que considera que hay temas ausentes en la agenda económica de ese diario
<b>1999</b>	Sin datos	Sin datos	23,08	15,38%	Sin datos
<b>2000</b>	Género informativo y de opinión: 80,49%	48,79	31,71	82,93	Sin datos
<b>2001</b>	Sin datos	51,06	Sin datos	Sin datos	Sin datos
<b>2002</b>	Sin datos	44,68	Sin datos	Sin datos	Sin datos
<b>2003</b>	Sin datos	43,24	Sin datos	Sin datos	Sin datos
<b>2004</b>	Género informativo y de opinión: 48,28%	92,01	78,89	Sin datos	Sin datos
<b>2005</b>	Sin datos	52,78	100	Sin datos	Sin datos
<b>2006</b>	Género informativo y de opinión: 56%	30	30	77	Sin datos
<b>2007</b>	Género informativo y de opinión: 39,47%	75,45	51,58	81,90	51,58

<b>2008</b>	Género informativo y de opinión: 56 %	66,81	34,43	73,55	53,46
<b>2009</b>	Género informativo y de opinión: 65,54%	49,19	55,76	83,14	48,80
<b>2010</b>	Género informativo y de opinión: 71,04%	34,13	38,65	88,60	47,44
<b>2011</b>	Género informativo y de opinión: 60,33%	62,65	46,24	89,79	37,40
<b>2012</b>	Género informativo y de opinión: 48,59%	70,45	48,48	89,90	40,88

**CUADRO III**

	Páginas donde ingresan los que se informan a través de Internet	Satisfacción con la información económica de Internet	Objetividad de la información en Internet	Comprensión de la información en Internet	Porcentaje que considera que la información económica es importante o muy importante
<b>1999</b>	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos
<b>2000</b>	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos
<b>2001</b>	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos
<b>2002</b>	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos
<b>2003</b>	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos

<b>2004</b>	1° La Voz 2° Clarín 3° Nación	88,46	78,89	77,05	Sin datos
<b>2005</b>	1° La Voz (66,67%) 2° Clarín 3° Nación	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos
<b>2006</b>	1° La Voz 2° Clarín 3° Nación	14	30	77	98,44%
<b>2007</b>	1° La Voz 2° Clarín 3° Nación	86,12	57,42	69,69	93,94
<b>2008</b>	1° La Voz 2° Clarín 3° Nación	77,48	12,68	73,01	92,32
<b>2009</b>	1° La Voz 2° Clarín 3° Nación	80,84	25,94	65,03	94,68
<b>2010</b>	1° La Voz 2° Clarín 3° Nación	72,17	25,24	70,29	95,76
<b>2011</b>	1° La Voz 2° Clarín 3° Nación	70,98	38,89	66,04	96,50
<b>2012</b>	1° La Voz (49%) 2° Clarín 3° Nación	77,84	26,87	69,17	97,57

#### **5.4. Observaciones y hallazgos de los cuadros comparativos de los resultados del estudio de campo de la Opinión Pública**

- El porcentaje de personas encuestadas que contestaron la encuesta oscilo de 57, 80% (año 2000) a 75,53% (año 2001)
- El lugar que ocupa la prensa dentro de los medios a través de los cuales se informan de economía, fue siempre el 2° lugar luego de la televisión, salvo el año 2000 que ocupa el primer lugar. Los porcentajes oscilan entre 25,57% a un 36,36% del total de los encuestados
- Los diarios más leídos por quienes se informan a través de la prensa son siempre La Voz del Interior, seguido por Clarín, La Nación y La Mañana de Córdoba. La voz del Interior llego a representar el 64, 89 % de la prensa.

- De los que afirman informarse a través de la prensa, un porcentaje que oscila entre el 6,58% y el 66,34% afirman que identifican periodistas que escriben sobre economía. De los 14 años analizados solo cinco años no mencionan periodistas reconocidos de esos medios.
- El género predominante para informarse sobre economía; son tanto el informativo como el de análisis y opinión, con porcentajes en que sumados ambos géneros van del 80,49% en el año 2000, a 39,47% en el año 2007
- El porcentaje de quienes manifiestan estar satisfechos con la información económica del diario que leen, va del 90, 01% en el año 2004 al 30% en el año 2006.
- Un porcentaje que va de un 23,08 % en 1999 a un 51,59% en el 2007 son los que afirman que la información económica en esos diarios es objetiva
- Un porcentaje que va del 15,38 % en 1999 a un 89,9% en 2012 afirma que la información economía en esos diario es comprensible
- A partir del año 2007 se incorporó a la encuesta la pregunta acerca de si habia temas ausentes en la agenda económica de esos diarios Las respuestas afirmativas fueron de un porcentaje del 37,40% en el 2011 a un 54,46% en el 2008
- A partir del 2004 se incorporaron preguntas acerca de las características que encontraban en la información económica que consultaban en Internet. Todos los años los principales sitios en que se ingresa lo ocupan las versiones on line de los diarios mas leídos en Córdoba.
- La satisfacción con la información económica a que se accede en Internet va de un 88,46% en el año 2004 a un 14% en el año 2006. En el año 2009 es de un 80,40%. EL PORCENTAJE DE SATISFACCION ES SIEMPRE MAS ALTO QUE EN LOS DIARIOS IMPRESOS
- De quienes se informan de economía en Internet un porcentaje que va de 78,89% en el año 2004 a un porcentaje del 12,68% en el año 2008 dice que la información económica es objetiva. A PARTIR DEL 2008 LOS PORCENTAJES DE PERCEPCION DE OBJETIVIDAD EN LOS DIARIOS SON MAS ALTOS CUANDO HABLAN DE DIRIOS IMPRESOS QUE LOS DIARIOS ON LINE.
- Los porcentajes acerca de que la información económica en los diarios on line es comprensible, se acerca siempre a un porcentaje del 65%. LA PERCEPCION DE QUE LA INFORMACION ECONOMICA ES COMPENSIBLE ES MAS ALTA EN LOS DIARIOS IMPRESOS QUE EN LOS DIARIOS ON LINE
- La respuesta acerca de la importancia de la información económica es muy importante o importante siempre se acercó a un porcentaje por encima del 90%.

## VI. ANALISIS DE MATERIAL GRAFICO

### 6.1. Cuadro de indicadores de análisis comparativo de material grafico del diario de La Voz del Interior.

LA VOZ	Información Económica (en %)	% opinión en % económica	Fuentes públicas		Firmas	Firmas comunicadores		Vocabulario	Agenda
			Cita	Oficiales		Periodistas	Economistas		
2003 Agosto	/	27% desempleo	/	/	/	/	/	/	Nacional y luego Local
2005 Marzo Abril	18,38%	17,69% desempleo y pobreza	No se analizó	/	/	95% o economistas que hacen periodismo	/	No se analizó	No se analizó
2006 Junio- Julio	8%	18,00%	/	60% oficiales	/	70%	30% (50% ejercen periodismo económico)	Poca presencia de palabras técnicas	Predomina Local, luego nacional
2007 Julio- Agosto	16,50%	1,8% del total del diario	82,35%	75%	/	El 100% son periodistas o economistas que ejercen el periodismo	/	/	86,93 internacional, luego nacional (caída de la bolsa)
2008	/	/	/	55%	/	100%	/	/	/
2009 Agosto	10%	12%	/	85%	/	81%	8% que hacen periodismo	/	/
2010 Agosto, septiembre, octubre	0,15%	26%	/	68%	18%	56% (periodistas de La Voz, el resto invitados)	/	Hay presencia de palabras técnicas y neologismos	Local, Nacional y luego Internacional
2010 Agosto, septiembre, octubre	15,93%	7,50%	/	68%	/	90% periodistas de La Voz	/	Hay presencia de palabras técnicas y neologismos	Local, Nacional y luego Internacional
2010 Agosto 1 semana	12%	12%	/	/	/	/	/	/	Internacional, local y nacional

<b>2010 Septiembre y octubre</b>	15%	12%	/	/	81%	80% periodistas de La Voz	20% economistas, no periodistas	/	Agenda nacional y luego local, hay un 245 de temas internacionales
<b>2011 Junio</b>	17%	20%	/	51%	/	100% periodistas o economistas que hacen periodismo	/	Hay escasa presencia de vocabulario de difícil comprensión	Predomina Nacional, seguida por internacional
<b>2011 Julio</b>	/	11,72%	/	90%	/	100% (20% son economistas que hacen periodismo)	/	Hay escasa presencia de vocabulario de difícil comprensión	Predomina Nacional, seguida por internacional
<b>2011 Marzo</b>	12,16%	9%	/	90%	/	100% (20% son economistas que hacen periodismo)	/	Hay presencia de lenguaje técnico, neologismos	Predomina Nacional, seguida por internacional
<b>2012 Agosto</b>	15%	10%	89,19%	59%	/	El total de las notas firmadas son firmas de periodistas o de economistas que hacen periodismo (22%)	/	Hay presencia de neologismos y palabras técnicas	53% es agenda local y 40% nacional
<b>2012 Mayo</b>	/15%	51%/	/	61%/	/	El total de las notas firmadas son firmas de periodistas o de economistas que hacen periodismo (22%)	/	Hay presencia de neologismos y palabras técnicas	45% Nacional; Local 38; Internacional 17

## 6.2. Cuadro de indicadores de análisis comparativo de material gráfico del diario Clarín.

CLARÍN	Información Económica (en %)	% opinión en % económica	Fuentes públicas		Firmas	Firmas comunicadores		Vocabulario	Agenda
			Cita	Oficiales		Periodistas	Economistas		
<b>2000 abril y mayo</b>	17%	36% desempleo y pobreza	/	Sin datos	Sin datos	50%	Firman en opinión	Están los materiales	No se dispone
<b>2001 junio</b>	18%	30% desempleo y	/	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos	No se dispone

<b>2003 Agosto y Septiembre</b>		pobreza							
	10,55%	10% desempleo	/	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos	No se dispone
<b>2007 Enero y Febrero</b>		11%	90%	80%	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos	No se dispone
<b>2008 Agosto y septiembre</b>	14%	Sin datos	Sin datos	60%	50%	Sin datos	Sin datos	Hay palabras técnicas y neologismos	No se dispone
<b>Noviembre</b>	26,00%	65,00%	Sin datos	70%	95%	78%	Sin datos	Abundancia de palabras técnicas, neologismos extranjerizantes	70% Nac (20% Int)
<b>2008 Julio, Agosto</b>	Poner cifras	Sin datos	Sin datos	75%	90%	70% (con estudios de economía algunos)	Sin datos	Abundancia de palabras técnicas, neologismos extranjerizantes	69,59% Nacional (18,52 interior país) 30,41 Internacional
<b>2009 septiembre</b>	Sin promedios	20,00%	/Sin datos	82%	69%	Sin datos	Sin datos	No hay Abundancia de palabras técnicas, neologismos y frases oscuras	Nacional e Internacional
<b>2009 octubre</b>	Sin datos	11%	Sin datos	67%	79%	Sin datos	Sin datos	No hay Abundancia de palabras técnicas, neologismos y frases oscuras	Nacional e Internacional
<b>2009 Promedio septiembre y octubre</b>	Sin datos	16%	Sin datos	76%	73%	Sin datos	Sin datos	No hay Abundancia de palabras técnicas, neologismos y frases oscuras	Nacional e Internacional
<b>2010 septiembre, octubre</b>	6 diarias	24,87%	Sin datos		100%	60%	Sin datos	Abundancia de palabras técnicas, neologismos y frases oscuras	Prevalece nac y pcia de BA
<b>2011</b>	204	41%	100%	32,50%	90%	57%	29%	No hay Abundancia de palabras técnicas, neologismos y frases oscuras	Nacional 47,8%; Internacional 30,4%; local 21,7%
<b>2012</b>	22%	5%	100%	71%	92,8%	80%	Sin datos	Muy pocas palabras técnicas, neologismos y frases oscuras	Nacional 60%; Local 25% : 15 % internacional

### 6.3. Cuadro de indicadores de análisis comparativo de material gráfico del diario La Nación

LA NACIÓN	Información Económica (en %)	% opinión en % económica	Fuentes públicas		Firmas	Firmas comunicadores		Vocabulario	Agenda
			Cita	Oficiales		Periodistas	Economistas		
2004	19%	7%	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos	100% Nacional (2 de la crisis de la deuda)
	14,00%	15,00%							
2006 Agosto, septiembre	14,00%	3%		75%	32% de las notas de opinión	60%	40% que no trabajan de periodismo	Hay vocabulario técnico, neologismos	90% nacional, 10% internacional
2009 Octubre y Septiembre	5,33%	56%	97,56%	75%	90%	Sin datos	Sin datos	Están los diarios	Nacional
2010- 17 de agosto al 15 de oct	21,00%	9,00%	Sin datos	70%	Sin datos	90%	10% economistas que hacen periodismo	Sin trabajar	80% Nacional y 20% Internacional
2010 Septiembre	5,8 notas por día	57%	97%	80%	70,11%	Predominan periodistas especializados en economía	10% economistas que hacen periodismo	Las notas de opinión y análisis son comprensibles porque no presentan tanto vocabulario técnico	Nacionales en 2º lugar internacional
2011 Octubre	4,87	54,00%	97%	80%	69,86%	Predominan periodistas especializados en economía		Las notas de opinión y análisis son comprensibles porque no presentan tanto vocabulario técnico	Nacionales en 2º lugar internacional
2012 Julio	34,7	8,10%	Sin datos	Sin datos	69%	95% los economistas que hacen periodismo	Sin datos	Hay abundancia de Neologismos, palabras de otras disciplinas, frases oscuras	Int. 52%Nac 44,70% local
2012	289 notas económicas	10%	80%	60%	90%	Periodistas especializados en economía y economistas dedicados al periodismo	10%	Poca presencia de Neologismos, palabras de otras disciplinas, frases oscuras	Nacional 44%: Internacional 32% Local 24%

### 6.4. Cuadro de indicadores de análisis comparativo de material grafico del diario La Mañana de Córdoba

LA MAÑANA	Información Económica (en %)	% opinión en % económica	Fuentes públicas		Firmas	Firmas comunicadores		Vocabulario	Agenda
			Cita	Oficiales		Periodistas	Economi- stas		
2002, agosto y setiembre	22%	15% Desempleo	No hay información		No hay información	No hay información		No hay información	Desempleo
2008; enero y febrero	13,79%	5,14%	79,11%	60%					
2008 octubre	/	6 notas diarias	89%	51%	30%	82%	18%	Abundancia de palabras técnicas, neologismos, metáforas y frases oscuras	50% Nacional, 30% Local y 20% Internacional
2009 Junio	Entre 5 y 12 notas económicas diarias	4%	61% (prevalecen públicas)	/	3	3	/	Hay pocas palabras técnicas y extranjerismos	
2009 Julio	Entre 5 y 12 notas económicas diarias	4%	62% (prevalecen públicas)	/	3	Todos	/	Hay pocas palabras técnicas y extranjerismos	Agenda nacional
2009 Marzo	7 noticias económicas diarias en promedio	1%	Prevalecen privadas	/	100% notas de opinión firmadas	60%	/	Pocas	Agenda local
2009 mayo y junio	/	12%	90%	/		/	/	Hay neologismos y palabras técnicas	Int. Nac y Pcia
2009 Enero y febrero	5,58%	12,66%	100%	34%	100% citan fuentes; 91% oficiales	/	/	Hay neologismos y palabras técnicas	El 90% de las noticias de opinión son nacionales
2009 Abril		1%	Prevalecen privadas	/	100% notas de opinión firmadas	60%		Pocas	Agenda local
2009 Febrero	6,58%	0,65%	/	/	100% notas de opinión firmadas	/		Sencillo	
2010	7,55%	0,80%	/	Prevalecen oficiales		70%		Sencillo	Agenda nacional prevalece

<b>2011 Agosto</b>	17%	6%	63%	/	86%	100%		Algunos neologismos y frases oscuras	52 locales, 39 nacionales
<b>2012 Agosto</b>	15,94%	3,91%	70%	/		100%		Algunas metáforas, frases oscuras, neologismos	80% local y nacional
<b>2012 Abril</b>	14%	24%		80%	100%	Periodistas		Muy pocas palabras técnicas	Locales 90%

## 6.5.Observaciones y hallazgos del material gráfico analizado

### *EL DIARIO LA VOZ DEL INTERIOR*

- El porcentaje de las noticias del diario destinadas a información económica oscila entre 0,15 % en el periodo de agosto a octubre del año 2010; a un 18, 38% de marzo a abril del año 2005
- De la información económica el porcentaje dedicado al género de análisis y opinión oscila entre el 27% en agosto del año 2003; a un 1,8% en los meses de julio a agosto del año 2007
- Entre el 82,35% y el 89, 19 % de las noticias económicas del género de opinión y análisis se citan fuentes. Las fuentes son oficiales en un porcentaje que oscila entre el 90% en el año 2011 y el 51% en el año 2011
- Las noticias del género de opinión y análisis llevan la firma de su autor en un porcentaje que oscila en el 18% (medidas todas las noticias económicas) en agosto del año 2010 y 81 % (medido solo los artículos de análisis ) en el mes de octubre del año 2010
- Las noticias del género de análisis y opinión firmadas por periodistas van del 100% en los años 2007, 2011 y 2012 al 56% agosto del año 2010
- Los años 2010, 2011 y 2012 es donde mas abundancia de palabras técnicas, neologismos y frases oscuras se encuentran

□ La agenda de la información económica es predominantemente local y nacional. Salvo el año 2007 en que un 86% llegó a ser internacional en el mes en que además de la crisis internacional se produjo la caída de los bonos en la Argentina. En mayo del 2012 predomina nacional, seguida por la local y por último la internacional

#### *DIARIO CLARIN*

□ El porcentaje de las noticias del diario destinadas a información económica oscila entre 26 % en octubre y noviembre del año 2008; al 10, 55% en los meses de agosto a setiembre del año 2003

□ De toda la información económica el porcentaje de artículos económicos del género de análisis y opinión oscila entre 65% en octubre y noviembre del año 2008; al 5% en el año 2012

□ En los artículos de géneros de análisis y opinión, entre el 90% y el 100% se citan fuentes. Las fuentes son oficiales en un porcentaje que oscila entre el 82% en el año 2009 y el 32% en el año 2012

□ Las noticias del género de opinión y análisis llevan la firma de su autor en un porcentaje que oscila entre 100% y el 95 % en el año 2010 y octubre- noviembre del año 2008; a el 50% en agosto y setiembre del año 2008

□ Las firmas de las notas de los géneros de análisis y opinión son de periodistas entre un 78% en el año 2008 a un 57% en el año 2012.

□ Los años 2008 y 2010 es donde mas abundancia de palabras técnicas, neologismos y frases oscuras se encuentran.

□ La agenda del diario es de un promedio del 70 % de agenda nacional

#### *DIARIO LA NACION*

• El porcentaje de las noticias del diario destinadas a información económica oscila entre el 21 % en los meses de agosto a octubre del año 2010; a un 4,87% en octubre del año 2011

• De las noticias de información económica, el porcentaje dedicado a los géneros de análisis y opinión oscila entre 3% en el año 2006 al 57% en setiembre del año 2010

• En los artículos del género de análisis y opinión, se citan fuentes en un porcentaje que va del 97, 56 % al 80%.

• Las fuentes citadas son oficiales en un porcentaje que oscila entre el 80% en setiembre del año 2010 y el 60% en el año 2012

- Las noticias de género de opinión y análisis llevan la firma de su autor en un porcentaje que oscila entre el 90% en los años 2009 y 2012; y el 32% en los meses de agosto a setiembre del año 2006
- Las firman son de periodistas en un porcentaje que va del 90 % en los años 2010 y 2012; al 60% en el año 2006
- En julio del año 2012 es donde mas abundancia de palabras técnicas, frases oscuras y neologismos se encuentran
- La agenda es predominantemente nacional en un porcentaje que va entre el 100% (años 2006, 2004) y el 44 % en el año 2012.

#### *DIARIO LA MAÑANA DE CORDOBA*

- El porcentaje de las noticias del diario destinada a información económica oscila entre un 5,58 % en los meses de enero y febrero del año 2009; al 22% en los meses de agosto y setiembre del año 2002
- De la información económica el porcentaje dedicado al género de análisis y opinión oscila entre 0, 69% en el mes de febrero del año 2009; a15% en los meses de agosto a setiembre del año 2002
- En los artículos de géneros de análisis y opinión se citan fuentes en un porcentaje que va entre el 100 % y el 62%
- Las fuentes citadas son oficiales en un porcentaje que oscila entre el 80% en el año 2012 y el 34 % en el año 2009
- Las noticias del géneros de opinión y análisis llevan la firma de su autor en un porcentaje que oscila en 100 % en los años 2012 y 2009, y del 30 % en el año 2008
- Las firmas son de periodistas en un porcentaje que va del 60% en marzo y abril del año 2009, a100% en el año 2012
- En los años 2008 y 2009 es donde más abundancia de palabras técnicas, neologismos y frases oscuras se encuentran
- Predomina la agenda local y su participación oscila entre el 90% en el año 2012 y el 30% en el 2008

## **VII. TRATAMIENTO ECONÓMICO DE LA CRISIS DE LA CONVERTIBILIDAD EN EL DIARIO LA VOZ DEL INTERIOR**

El análisis del material gráfico de La Voz del Interior, comprende desde el 21 de Octubre de 2001 al 21 de Febrero de 2002, me permiten describir el tratamiento que recibió la información económica durante este tiempo; además de visualizar qué modelo de periodismo económico prevaleció durante este tiempo. El contexto histórico: La crisis de 2001, es consecuencia directa de una serie de factores que se sucedieron especialmente en la presidencia de Carlos Saúl Menem y más específicamente con las decisiones económicas durante su segundo periodo como presidente (1995-1999.) La necesidad de estabilizar la situación por la alta inflación y la hiperinflación de comienzo de los noventa, la deuda externa y las imposiciones de organismos internacionales en las decisiones locales y finalmente la crisis brasileña en 1999, ya que sus efectos contribuyeron también a que nuestro país desembocara en su propia crisis. Durante la presidencia de De la Rúa hubo un endeudamiento cada vez más grande, aplicándose medidas como El blindaje o El Megacanje, que consistían en canjear deuda lo que generaba mayores intereses. Por la debilidad de la economía, hubo una reducción en la inversión. Ante el temor a una devaluación en el valor del peso argentino, la gente convirtió sus pesos por dólares en grandes cantidades y después, puso sus dólares en los bancos extranjeros lo que terminó desembocando en diciembre de 2001 con la creación de la ley que se llamó “el corralito.”

El “corralito” permitió que sólo pequeñas cantidades de dinero salieran de los bancos en un determinado tiempo. Inicialmente, durante los primeros meses, los argentinos sólo pudieron obtener 250 pesos cada semana de los bancos y los cajeros automáticos. Esta medida anunciada por el ministro Domingo Cavallo, tuvieron como objetivo evitar la salida de dinero del sistema bancario y tratar de evitar el colapso del sistema financiero y bancario. La reacción popular a esta última medida fue muy negativa, especialmente la de la clase media, por lo que la crisis económica también desembocó en una crisis política. Durante todo diciembre hubo protestas, aunque la protesta masiva más importante estallaría los días 19 y 20 de diciembre. Hubo saqueos a supermercados y otra clase de tiendas, lo que llevó a que el presidente decretara el

estado de sitio, provocando que miles de personas desafiaran la medida y salieran a la calle a protestar contra la política económica del Gobierno. Muchas protestas se llevaban a cabo golpeando cacerolas, por lo que se las denominó Cacerolazos, una modalidad de protesta que imperaría durante los próximos meses. Fernando de la Rúa presentó la renuncia como presidente de la Nación el 20 de diciembre de 2001 desencadenando una crisis institucional. Esta situación fue tomada como punto medio en la realización de este trabajo por lo que se determinó analizar las publicaciones desde este punto, dos meses hacia adelante y dos hacia atrás

Durante el período analizado, fueron contabilizados 8.676 artículos que conformaron el cuerpo total del diario sin incluir los suplementos salvo el de Economía. De este total, son 1.679 los artículos de información económica que fueron objeto de estudio, identificándose los mismos en las secciones de Economía y Opinión y suplemento dominical. Es decir, se corresponde con el 19.35% del total de artículos publicados durante el período analizado.

#### Agenda temática

Durante los últimos días del mes de Octubre, las noticias económicas comenzaron a ganar espacio dentro del diario relegando a un segundo plano a los atentados terroristas que durante ese tiempo eran centro de interés de los medios de comunicación. Esta variación de la información se manifiesta en segmentos muy marcados que fueron descriptos en los cuatro meses de análisis. Tras abandonar la temática central de los atentados terroristas, el "Pacto Fiscal" es el tema que ocupó mayor espacio en las tapas de este mes, en mayor medida desde los primeros días de Noviembre. En el primer mes de análisis, que hubo una pequeña variación del uso de determinados géneros en relación a los otros meses. Si bien hubo predominancia de géneros informativos, fueron utilizados con mayor frecuencia géneros de opinión. Esto permite concluir que el diario buscó en momentos previos y posteriores al punto más crítico, utilizar géneros para ayudar a interpretar además de opinar sobre los hechos puntuales que ocurrían, aunque nunca dejó de ceder a los géneros informativos el principal rol a la hora de informar sobre economía. Las principales proveedoras de información, fueron las fuentes institucionales y verbales públicas dejando relegado un segundo lugar a las fuentes privadas. Lo mismo ocurre con las agencias de noticias siendo la agencia del Estado la mayor proveedora de información. Es que los hechos

que se desarrollaron durante la crisis del modelo de convertibilidad eran originados en mayor medida desde el Estado, a través de sus medidas económicas, lo que justifica el mayor uso de determinadas fuentes,

Esta misma agenda (crisis del modelo) tuvo un notable crecimiento durante el segundo mes de análisis donde se observó que casi todas las tapas tuvieron algún título con material económico aunque en la mayoría de ellas, estos temas ocuparon un cuarto de página lo que sugería un relativo interés de los hechos económicos. Los temas con mayor presencia en el diario fueron la restricción para el retiro de fondos, siguiéndole la emisión de bonos y su impacto en la economía local. En este segundo mes de análisis, ya se presenta una diferencia en relación al primero. En cuanto a los géneros, hubo una baja de la utilización de géneros de opinión, ocupando en mayor medida la presentación de la información a los géneros informativos. Es sobretodo durante los últimos días del período analizado cuando se detecta que hay un notable descenso de artículos firmados por los periodistas lo que permite concluir en que el diario decidió restringir en ese momento las interpretaciones y opiniones sobre los hechos económicos, tal vez en espera de definiciones concretas, o porque la aceleración de los hechos que se producían y que requerían ser informados impedía disponer del tiempo para reflexionar. Una prueba de ello, es un mensaje que se publica en la edición del 20 de Diciembre donde se sostiene que se suspendía la edición del suplemento económico hasta que se conozcan las nuevas medidas del gobierno. En este período, hubo un incremento en el uso de fuentes privadas, las que fueron atribuidas en mayor medida a actores locales que permitieron contextualizar en Córdoba, las decisiones que eran tomadas por el Gobierno Nacional y se basaron particularmente en fuentes públicas.

La mayor cantidad de tapas con temas de economía, se concentraron durante el tercer mes de análisis. Durante este mes en 27 de 30 tapas hubo información económica con la particularidad de que la mayoría de las tapas ocupó un espacio de media página lo que sugiere que la agenda económica tenía mucha importancia y requería mayor desarrollo. No se trata de algo que no se corresponda con la realidad, ya que es el tiempo en que el nuevo presidente, dispone de las nuevas medidas económicas que terminan derrumbando un modelo para ingresar en una nueva etapa de la economía. Es en este momento, sobre todo luego de la asunción del presidente Duhalde, es cuando

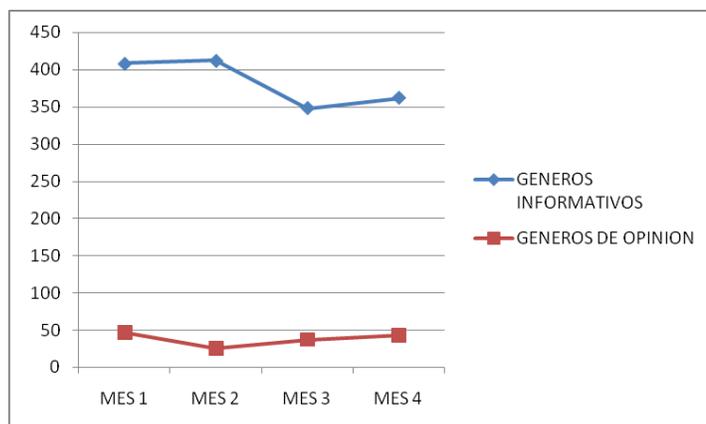
los géneros de opinión volvieron a instalarse como alternativa de presentación de la información, pero con mayor presencia que en los meses anteriores. Indudablemente, el diario optó por interpretar y opinar sobre el nuevo destino de la economía, pero esto no es por azar, sino que se corresponde con la necesidad del diario de ofrecer a sus lectores, un material que sea mayormente descriptivo e interpretativos del nuevo panorama económico del país. Es además en este mes cuando tienen mayor presencia las fuentes verbales tanto del sector público como privado, aunque hay un equilibrio en el uso de las mismas ya que en el análisis se observó que fueron usadas en proporciones casi similares. Esto permite concluir en la necesidad de tener, además de la información oficial, una contracara que le permita al lector poder comprender e interpretar de forma más clara las decisiones que se tomaban desde el Gobierno Nacional. En el último mes de análisis es donde se hace evidente la decisión del diario de comenzar a sacar de las tapas los temas económicos cuyo tema dominante era la inflación. Es en este período donde se observa la mayor cantidad de uso de géneros de opinión, los que fueron utilizados en menor medida durante los dos meses anteriores donde creció la información económica. La misma situación ocurre con las fuentes, donde al igual que en el primer mes, hay una importante predominancia de fuentes del sector público por sobre las privadas.

En síntesis, en el primer y último mes de análisis hubo menor porcentaje de información económica en la agenda temática del diario y en consonancia con ello, fueron los meses que más se utilizaron los géneros de opinión y las fuentes que provienen del sector público tal como se observa en el gráfico. Contrario a ello, los meses 3 y 4 (momento del pico de la crisis), el diario optó por tener una marcada agenda temática de información económica, aunque hubo una predominancia de los géneros informativos y un mayor equilibrio entre el uso de las fuentes públicas y privadas.

En contraste con los hechos que ocurrían a nivel político y económico, queda evidente la lógica comercial del diario donde las características del tratamiento informativo responde a las demandas de los consumidores de información, aunque esta misma lógica no se traduce en el último mes de análisis donde paulatinamente la agenda temática comienza a abandonar los temas económicos para ceder espacio a otros. Esto ocurre a menos de un mes de la asunción del nuevo gobierno donde se determinan las

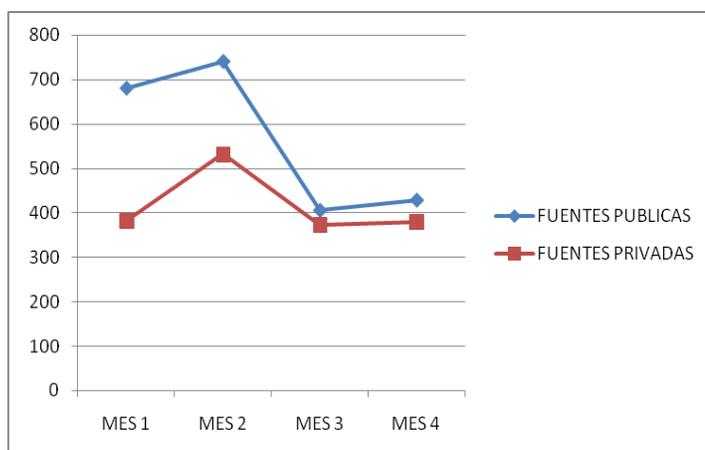
nuevas medidas económicas. En el gráfico A se observa la notable diferencia en la utilización de géneros durante el período analizado. Si bien es importante la brecha que divide a un género de otro, se puede observar como en el MES 3 se produce una baja de género de información, y un leve crecimiento de noticias económicas del género de opinión. Se puede observar las variaciones donde a comienzos y final del período analizado hay picos en el uso de este tipo de géneros:

Gráfico A



En el Gráfico B, se observa la variación de las fuentes donde se puede observar que hay un momento donde es notable el equilibrio entre ambas lo que se proyecta hacia el MES 4. De esta forma queda representado lo que se menciona anteriormente en relación a la utilización de fuentes públicas y privadas durante el tiempo analizado.

Gráfico B



*El lenguaje de la información económica*

En relación a los dos modelos de periodismo económico descritos por el profesor Manuel Luna, se puede concluir que el lenguaje utilizado se corresponde en mayor medida con las características del Modelo Británico. Es que este modelo exige al periodista redactor comentarios que representen algo más que la tarea de simple informador, sino que busque la forma de integrar información e interpretación, por lo que no es fácil distinguir cuando el periodista puede responder al medio de comunicación en el que trabaja o si expone su propio pensamiento u opinión. A lo largo de los artículos analizados, en la mayoría hay textos que responden a la estructura de la noticia mientras que las interpretaciones se agregan en cuadros o apartados que llevan su firma y una fotografía que los identifica.

EL Modelo Británico es el que se ajusta en mayor medida porque tal como fue descrito en el análisis, el mismo modelo propone una forma de interpretación de la información. El hecho de interpretar la noticia económica que se difunde implica adoptar un rol dentro del sistema comunicativo, es decir, el redactor asume el papel de emisor por lo que determinará, mediante el lenguaje que compone el texto, las características de su receptor. Si el receptor es público de un diario generalista, o sea un público que no es especializado en los temas que se proponen y si el modelo exige la noticia e interpretación de los hechos, el lenguaje deberá adaptarse a esos requerimientos por lo que debe ser simple y sencillo. Esto se hace evidente sobretodo en el punto culminante de la crisis (18 a 21 de Diciembre) cuando no aparecen interpretaciones y el diario se llama a silencio y solo se dedica a la publicación de los principales hechos que ocurrían durante esas jornadas sin interpretaciones de por medio, situación contraria que ocurriría con el otro modelo.

Es que en contraposición al británico, el Modelo Estadounidense, propone que a través de los artículos, los profesionales legitimados por su actividad o formación, firmen las notas en representación propia o de alguna institución. A partir de esta propuesta, el redactor en su rol de emisor, será el responsable de elaborar el mensaje con un lenguaje cargado de especificaciones técnicas ya que presupone que al abordar su punto de vista ideológico, el economista teórico que elabora el artículo se dirigirá a sus lectores con un texto cargado de precisiones teóricas y técnicas. De esta forma, el lenguaje utilizado en este modelo, corresponde a un medio de comunicación que se

especialice más en economía a uno generalista donde hay lectores de diferentes condiciones que deben comprender los textos. Para que un artículo sea comprendido por la mayor cantidad de lectores de un medio generalista como lo es La Voz del Interior, debe responder a condiciones básicas del lenguaje. Si bien en lo que respecta a la gramática y semántica, los textos fueron redactados con recursos simples que permiten la claridad, se observó una importante cantidad de tecnicismos y barbarismos. En cuanto a los primeros, se puede sostener que los mismos en su mayoría tuvieron la respectiva explicación aunque hubo una importante cantidad de ellos donde la misma no fue determinada. En muchas oportunidades los periodistas al escribir los artículos económicos daban por supuesto que el lector conocía el significado de los conceptos económicos que utilizaban ya que hay muchos de ellos que no se detuvieron a explicarlos. Es en esta situación que se puede citar a Coca y Diezhandino cuando sostienen que “la información económica está escrita para los entendidos, que se nutre de las fuentes y a ellas se dirige, de manera que forma un círculo restringido por y para expertos”.

Con esto no se desconoce que el tratamiento de temas económicos obligue a emplear términos propios de la disciplina; lo que sí se puede cuestionar es que tratándose de los artículos de la sección de Economía de un medio generalista no se utilice en ellos un lenguaje más cercano al de las personas comunes. No obstante se debe remarcar que los términos técnicos más utilizados durante el período analizado, corresponden a artículos en la sección de Opinión y en gran medida en el suplemento dominical que tenía en más artículos de los géneros de opinión. No hubo una importante presencia de barbarismos sustituibles al castellano; es decir, que habiendo términos en nuestra lengua con los que suplantar la terminología foránea, se prefirió utilizar ésta última. La marcada presencia de los barbarismos en el lenguaje del periodismo económico no sólo está asentada en la fuerte penetración del inglés en el campo de la economía sino que además da la impresión que usar estos conceptos confiere distinción y jerarquía a las informaciones. Cabe preguntarse qué tenía mayor peso en diciembre de 2001: las palabras que imponen las modas o la función de informar correctamente en momentos de crisis económica. Se concluye que los términos utilizados por el diario La Voz del Interior, forman parte de un estilo de lenguaje simple para que el lector pueda comprender lo que se publica

informativamente y se analiza. De esta forma cumple con la premisa propuesta en el manual de estilo del diario y permite, junto a las características descriptas, concluir en la correspondencia con el Modelo Británico.

#### *Fuentes informativas*

En la mayoría de los textos analizados en este trabajo, están identificadas las fuentes de donde proviene la información, característica que corresponde en mayor medida al modelo Estadounidense (según lo descrito en el marco teórico), aunque no necesariamente implica que el Modelo Británico niegue la publicación de las fuentes. El primer modelo mencionado señala que la fuente generadora además intenta imponer un punto de vista en la presentación del material, contrario a lo que propone el modelo Británico donde sostiene la presentación de la información más el análisis o interpretación de la misma sin identificar si se trata del punto de vista del periodista o del medio de comunicación. De esta forma, se puede concluir que la utilización de las fuentes se puede corresponder con elementos tomados de los dos modelos de periodismo económico.

Las que se usaron con mayor frecuencia para la provisión de información por parte del periodista, fueron las fuentes públicas a las que se recurrió en aproximadamente 2.253 oportunidades, mientras que las fuentes privadas fueron consultadas alrededor de 1.664 veces. Dentro de las fuentes públicas, las que se utilizaron con mayor frecuencia fueron, en lo que corresponde a lo institucional, fueron el Ministerio de Economía y Presidencia de la Nación. En relación a las fuentes públicas verbales más utilizadas, del análisis se desprende que hasta antes de la renuncia del presidente De la Rúa, fue el entonces ministro de Economía, Domingo Cavallo, quien más fue citado como fuente. Si bien la categoría “fuentes oficiales” presentó muchos más casos que lo mencionados más arriba, éstos corresponden a las declaraciones de una multiplicidad de funcionarios públicos y no representa la palabra de una sola persona como en el caso del ministro. Lo que ocurre es que debido a las circunstancias que se presentaron con motivo de la crisis, la figura del ministro de Economía fue la más importante ya que tenía en sus manos la posibilidad de llegar a una solución de una situación que era el cúmulo de indicadores negativos para el país. Es por eso que las declaraciones e informaciones que entregaba el funcionario, poseen valor social y su figura ejerce representatividad política y administrativa de ese

momento. De hecho, las conferencias de prensa ofrecidas por el funcionario tenían por objeto informar sobre las medidas que se implementaban para contrarrestar el agravamiento de la crisis económica. Con la llegada del nuevo gobierno encabezado por Eduardo Duhalde, las principales fuentes públicas consultadas fueron el ministro y viceministro de Economía. El diario utilizó prácticamente todos los días durante los meses de Enero y Febrero, las declaraciones de Remes Lenicov y Tedesco que ocupaban esas funciones respectivamente, para informar sobre las nuevas medidas y escenarios económicos que se presentaban en aquel momento luego de la salida de la convertibilidad.

En relación a las fuentes privadas, la mayor parte de las mismas provienen de representantes de instituciones privadas que emitieron sus opiniones u ofrecieron los elementos disparadores de las noticias. No obstante, se detectó que se presentaron en orden de preponderancia los datos ofrecidos por los empresarios/comerciantes, los banqueros/operadores bursátiles y en tercer lugar los economistas. Los banqueros/operadores bursátiles, fueron consultados frecuentemente ya que la crisis económica comprendía a su vez una crisis financiera y bancaria caracterizada por los retiros masivos de fondos por parte de los pequeños y grandes ahorristas. El aporte de las fuentes bancarias permitía conocer el modo de implementación de las medidas impuestas por el Gobierno así como también el cuadro de situación del sistema financiero dentro del contexto económico analizado. Además de a las fuentes descritas, el diario también utilizó como proveedores de información a las agencias de noticias. Es así como durante el período analizado, fueron utilizadas las agencias 565 veces de las cuales la agencia Télam, fue mencionada en 249 oportunidades, la agencia DyN 239 veces, EFE 53 y AP 24.

La agencia del Estado Nacional, fue la principal proveedora de información durante el período analizado lo que, sumado a las fuentes provenientes del sector público, convirtieron al Estado como el principal originador de información durante los meses de análisis. No obstante, las principales fuentes de información a las que recurrió el diario analizado, fueron los protagonistas económicos de ese momento. El ministro de Economía y vice ministro fueron los más mencionados y consultados como fuente generadora de información. En segundo lugar quedaron los principales sectores

productivos y financieros a través de sus instituciones para que en tercer lugar quedaran los expertos en la materia que interpretaron las acciones que se decidían en el país.

### *Géneros*

Las características del Modelo Británico, se corresponden en mayor medida con el material publicado en las secciones de Economía y Opinión, mientras que las del Modelo Estadounidense, se hacen evidentes generalmente en el suplemento dominical de economía. Durante el tiempo analizado, se detectó que de 1.679 artículos que contienen información de economía, 1.530 (91.12%) pertenecen al género informativo y 149 (08.88%) al género de opinión. En lo que respecta los géneros informativos, del total de notas, se detectaron 1.425 de ellas que responden al formato de noticia, 60 a reportaje y 45 a entrevista. Se puede concluir en que la noticia es la principal estructura elegida para canalizar la información que se generó durante esos días, por la simpleza de la estructura que permitía que los datos puntuales sean presentados sin mayores complicaciones generando artículos sencillos de fácil comprensión para un público generalista.

En esta coyuntura que se caracterizaba por una importante incertidumbre por los cambios que se sucedían en cada momento y el desenlace anticipado que se estaba pregonando desde hace tiempo, la noticia se convirtió en la principal herramienta para presentar un escenario completo de lo que ocurría brindando los datos esenciales y puntuales aunque no los suficientes para poder comprender por lo que solicitó el auxilio del género de opinión. Evidencia de esto es que durante el mes de Diciembre cuando se producen los principales hechos económicos, los artículos del género de opinión fueron prácticamente relegados para que los artículos noticiosos ocupen la mayor parte de los espacios para informar las situaciones concretas y puntuales. Es que la noticia tiene una estructura simple ya que responde a seis preguntas básicas donde se incluyen datos puntuales de los hechos, de esta forma sirvió de “molde” más adecuado debido a la complejidad de las situaciones y hechos que debían ser presentados de forma simple con un lenguaje claro y sencillo. Las circunstancias que obligaban a una puntual referencia a los hechos que ocurrían, encontraron en esta estructura la forma más simple ya que se presentaban las situaciones puntuales y a partir de las mismas se agregaban los datos aportados por las diferentes fuentes consultadas.

El hecho central que se presentaba, permitió ser el disparador del material para el análisis e interpretación generalmente en notas firmadas que ya escapaban al género informativo porque lo que se identificaban en las notas, realizaban una valoración de la noticia agregando complejidad y análisis a los eventos presentados en el formato de la noticia. La presentación de los hechos noticiosos marcan una importante diferencia con el reportaje que está incluido dentro de este género. Se identificaron 60 reportajes y la mayoría de ellos llevaban la firma de su autor. Esto permite concluir en que hubo hechos que el diario consideró necesario un mayor desarrollo incorporando elementos de diferentes ámbitos. En los porcentajes encontrados, a diferencia de la noticia, se presentaba una especie de mestizaje de formatos donde además de presentar la noticia, se incorporaban informaciones aportadas por diferentes fuentes privadas en mayor medida, e incluso había fragmentos de entrevistas en sus distintas formas. Las entrevistas se realizaron en mayor medida a personalidades que ocupan cargos importantes y que hablaron en relación a temas puntuales pero no opinando sobre algún hecho, sino aportando información puntual sobre un tema determinado. Las entrevistas estuvieron presentes con mayor frecuencia en los suplementos dominicales mientras que las que aparecieron en la sección Economía, eran acotadas en su extensión. En relación los géneros de opinión, de los 149 artículos detectados, 89 de ellos son comentarios, 22 columnas y 27 editoriales. También hay 11 crónicas y 4 artículos de análisis. Este género comprende apenas el 08.88% del total de artículos analizados en el corpus y esta escasa presencia advierte sobre la falta de información sobre los contextos en los que se producen los hechos, algo que aportan este tipo de géneros. A partir de esto, se puede deducir que las noticias que se presentaron en la sección Economía, carecieron en muchas oportunidades de relaciones con los sucesos que las originaron o no se derivaron de ellas las consecuencias directas hacia los lectores.

En lo que corresponde a comentarios, fueron 89 los detectados y los mismos aparecen generalmente junto a las noticias con el fin de interpretar y valorar el hecho que es publicado en las mismas. Generalmente el comentario estuvo en la sección Economía y sirven como herramienta para poder comprender el material que se pone a disposición además de la valoración personal que realiza el autor del artículo. Tanto es así que Gonzalo Martín Vivaldi, el comentario más completo es el que "valora e

interpreta lo sucedido, prevé lo que puede pasar y dicta lo que debe hacerse para evitar que acontezca algo que no debe suceder".

La presencia de los artículos editoriales en mayor medida durante fines de Enero y principio de Febrero, se corresponde con las medidas económicas dispuestas por el Gobierno Nacional que comenzaban a ser centro de debate, por lo que coincidentemente con el incremento de artículos editoriales, hubo un incremento de artículos firmados que contienen interpretación. Esto permite concluir en que a mayor información económica sobre situaciones nuevas, el diario expresa su punto de vista. Esta situación se hace evidente cuando se observó que en el MES 1, mientras se registraban las primeras novedades económicas, el diario centraba su editorial en los ataques terroristas como resonancia de las novedades que habían ocurrido previamente.

En relación a los dos modelos de periodismo económico, se puede sostener que durante el período que fue objeto de estudio, hay una predominancia de artículos con el formato de noticia, acompañados en menor medida por un artículo firmado por un periodista o especialista que interpreta u opina lo que indica el texto informativo. La mayor parte de estos artículos, estuvieron redactados por periodistas que pertenecen al staff del diario los cuales, a partir del análisis realizado, cuentan con una especialización en economía siendo algunos de ellos profesionales de la economía, además de comunicadores sociales, lo que en cierta medida puede fundamentar que algunos de ellos tengan elaborados más artículos de los géneros de opinión por sobre aquellos que redactaron los que están comprendidos en los géneros de información. Esta lógica de organización del diario en cuanto al material periodístico, se corresponde en un primer momento con el Modelo Británico que obliga al redactor además de informar, a interpretar y valorar el material que se produce, aunque esto no necesariamente es concluyente. Es que el material concentrado en la sección Opinión, mantiene cierta correspondencia con la presentación de los artículos en el suplemento dominical donde la firma de sus redactores - que están en prácticamente todos los artículos que se encuentran ahí - expresan generalmente sus puntos de vista además de analizar los temas planteados. Además, en estos artículos participan generalmente personas que no pertenecen al diario y que fueron los responsables exclusivamente de esta tarea. Estas son las características determinantes del Modelo Estadounidense que identifica plenamente a la fuente de información y a los responsables de la redacción

quienes son profesionales cuyos antecedentes legitiman su idoneidad en los ámbitos de la economía y los habilita a expresar sus ideas con fundamentos teóricos y en mayor medida técnicos.

En relación a los modelos descritos por el profesor Manuel Luna, desde el punto de vista de los géneros, no hay un modelo de periodismo económico definido por el diario para la difusión del material, aunque hay una predominancia del modelo Británico en cuanto a la presentación del material periodístico. No obstante hay un complemento de ambos modelos, generando una alternativa de información más completa y compleja que pueda ser más abarcativa, llegando a un lector de un medio generalista que le interesa informarse de la economía para poder sortear las situaciones que se presentan en la vida cotidiana, como así también aquel lector que el día domingo sabe que encontrará información un poco más profunda que le permita encontrar una herramienta para tomar decisiones.

En relación a los géneros predominó del Modelo Británico, aunque se observó que se confluyen características de ambos modelos. Los géneros informativos con los elementos del género de opinión, coinciden en la propuesta del Modelo Británico cuando señala que el redactor además de elaborar la noticia, la valora e interpreta. No obstante, las características de otro modelo, también estuvieron presentes porque en las opiniones, especialmente en el suplemento dominical, hubo una gran carga de elementos técnicos y un tratamiento informativo distinto, lo que hace suponer que esa información estaba destinada a un público un poco más específico. En relación a este tema, hubiera sido necesario dado el contexto, una mayor cantidad de material de géneros de opinión, ya que, recordemos, ellos traen consigo la función explicativa que se necesita cuando se tratan asuntos precisos que son de reflexión personal. De hecho, se afirmó que estos géneros se caracterizan por el análisis del autor, elemento que le confiere al texto mayor credibilidad y confianza, factores más que necesarios dentro de un contexto de profunda incertidumbre como lo fue la crisis económica estudiada.

Las particularidades que adquiere el lenguaje de la información económica son dos: el uso excesivo del lenguaje especializado y de los barbarismos. Si bien hubo importante presencia, se detectó que el diario aclaró casi siempre los términos técnicos y barbarismos en los artículos hallados en la sección Economía, no así en el suplemento dominical, por ejemplo. Cuando se escribe en medios no especializados es importante

tener en claro a qué público se dirigen, esto ayudaría a lograr que el lenguaje sea accesible a todos los lectores, independientemente de su universo cultural. En esa misma sintonía, se tiene que tener en cuenta que hay veces que es importante respetar los términos que corresponden al lenguaje económico ya que se trata de un ámbito muy específico y el hecho de reemplazar términos puede alterar el sentido, por lo que esto tiene que ser trabajado aún con mayor atención por el diario para que no se convierta en un impedimento en la accesibilidad a la información económica como se observó en situaciones puntuales. En el caso de los tecnicismos, tiene que explicarlos; en cuanto a los barbarismos, tiene que sustituir aquellos que tengan su correspondencia en castellano y los que no poseen su correlato acompañarlos con su significado. el lenguaje debe ser accesible a un lector de un medio generalista sosteniendo la rigurosa terminología económica.

El uso de las fuentes y estuvo en consonancia directa con situaciones puntuales de agenda temática. Las fuentes que se utilizaron con mayor frecuencia provinieron tanto del ámbito público como del privado. A partir de la situación y la rapidez con que los acontecimientos ocurrían, no es de extrañar que los medios mantuvieran contacto con ese grupo de informadores clave ya que éstos producían la información cardinal de lo que estaba ocurriendo con la economía argentina. En todos los casos, las fuentes fueron tomadas como referencia de origen de la noticia y no institucionalmente como la redactora del artículo como lo sugiere el modelo Estadounidense. Se puede concluir en que el diario utilizó características de ambos modelos .Por eso es atinada la propuesta del profesor Manuel Luna en el libro *Economía y Comunicación*, cuando propone dar paso a un tercer modelo: "de mayor apertura, que permita tanto a economistas como periodistas, que evidencien aptitudes para una excelente comunicación pública y masiva, avanzando cada uno en el cultivo y superación de sus respectivas falencias y compitiendo en base a sus aptitudes individuales, pues tan excelente puede ser un economista en la comunicación, como un comunicador en la presentación y evaluación de una realidad social como la económica". (Luna, 1997,p.338). También plantea que en el "ámbito de la investigación y formación en el campo de la ciencia económica, el economista es insustituible y exclusivo; del mismo modo que en el estudio, análisis y formación del fenómeno

comunicacional y su sistematización científica, encuentra en el comunicador su protagonista nato".

## **VIII. HALLAZGOS EN RELACIÓN ENTRE EL ESTUDIO DE CAMPO Y EL ANÁLISIS DEL MATERIAL GRAFICO**

### **CONCLUSIONES DEL ANALISIS DEL MATERIAL GRAFICO**

En el periodo en que se analizó el material gráfico seleccionado se puede observar las siguientes características del mismo.

Los espacios destinados a información económica en los cuatro medios gráficos analizados representaron porcentaje que variaron de un 34,7% en julio del 2012 del diario La Nación a un 5,33% del mismo diario. La mayor presencia de información económica, en algunos casos coincidió con contextos económicos difíciles o de crisis, como por ejemplo el caso mencionado del diario La Nación del 2012; los años 2000, 2001 y 2008 en el diario Clarín; los años 2005, y 2007 en el diario La Voz del Interior; agosto del año 2011 en el diario La Mañana de Córdoba.

El género más utilizado para presentar la información económica siempre fue el informativo; la participación del género de opinión y análisis en el total de las noticias económicas fue variando en sus porcentajes. Alcanza hasta un 51% en el diario La Nación de mayo del 2012, y un alto porcentaje en el año 2009; en el diario Clarín alcanza un 41% en el mes analizado del año 2011 y un alto porcentaje en el año 2000; en el diario La Mañana de Córdoba alcanza un 24% en abril del 2012 y un 15% en el mes analizado del 2002; y La Voz del Interior alcanza hasta un 27% en el periodo analizado del año 2003. Esa mayor presencia en algunos casos coincidió con periodos de crisis o coyunturas económicas difíciles, como los años 2002, 2003, 2012. Sin embargo, en ocasiones se encuentra una mayor presencia de ese género en periodos de crecimiento económico sostenido, como en caso del mes analizado en La Voz del Interior del año 2006.

En cuanto a la presencia de la firma del autor en las notas se ha observado que en los cuatro diarios, alcanza hasta un 100% de las notas de opinión y análisis, aunque hay

periodos analizados, que llega solo al 50% las notas firmados del total de la información económica publicada.

De la formación profesional de quienes firman las notas podemos concluir que son fundamentalmente periodistas /comunicadores sociales quienes firman las notas en los cuatro medios gráficos, en casi un 90 a 100%. Hemos encontrado solo que un mes analizado del año 2011 en el Diario Clarín, que presenta un 29% de notas de opinión y análisis firmada por economistas que no ejercen periodismo; y un mes del año 2010 en el diario La Voz del Interior en que un 20% están firmadas por economistas.

Respecto a la presencia de fuentes en las noticias económicas, hemos observado que en los cuatro medios gráficos más de un 80% de las notas han citado fuentes, habiendo periodos analizados que llegan al 100% de las notas.

Las fuentes citadas son oficiales en un porcentaje que es del 51% en el año 2011, 55% en el año 2008; 59% en el año 2012; por lo que podríamos suponer que la intervención del INDEC y la crisis del campo han sido determinantes en la mayor presencia de fuentes privadas; sin embargo, en otros periodos de esos mismos años encontramos que el porcentaje de fuentes oficiales llega al 90% tanto en el diario Clarín como en el diario La Nación. El diario que menor presencia de fuentes oficiales tiene es La Mañana de Córdoba. Es importante destacar que, desde la intervención del INDEC (enero 2007) muchos periodistas han citado tanto fuentes oficiales como privadas en sus notas económicas. Incluso el diario Clarín que tiene un “enfrentamiento” con el gobierno como resultado de la sanción de la Ley de Radiodifusión que lo obligaría como Grupo, a una desinversión, ha mantenido las fuentes oficiales en sus noticias económicas.

Respecto al lenguaje de la información económica, si bien, en los cuatro diarios se caracteriza por presentar las noticias en un lenguaje comprensible; la presencia de lenguaje técnico muy complejo, palabras extranjerizantes metáforas, barbarismos, neologismos etc. se encuentra siempre en mayor o menor medida. En algunos casos con aclaraciones de su significado, en otros no. Se encuentran diferencias entre los cuatro medios gráficos analizados; por ejemplo en La Mañana de Córdoba hay siempre muy poca presencia de ese tipo de lenguaje que dificulta la comprensión de la información económica; en el diario Clarín en algunos meses analizados de los años 2008 y 2010; en el diario La Nación en algunos meses del año 2012 y un mes analizado del año 2006, y en el diario La Voz del Interior en algunos meses analizados de los años 2010 y 2012 si encontramos abundantes

palabras y frases que dificultan la comprensión de la información económica.

En cuanto a la agenda, los diarios nacionales tienen preponderancia de agenda nacional y nunca la agenda económica internacional supero a la nacional; en los diarios locales como es el caso de La Voz del Interior siempre predomino la agenda economía local (provincial) en los períodos analizados, salvo dos meses del año 2007 en que la crisis ocupó la mayor parte de la agenda económica y algunos meses de los años 2010 y 2011. La Mañana de Córdoba en cambio se caracteriza, según la muestra y periodos analizados por presentar una agenda económica que no siempre es dominada por lo local. De todos los periodos analizados, encontramos varios donde predomina la agenda nacional, por ejemplo los años 2009; 2008, 2010.

#### **RELACION ENTRE EL MATERIAL GRAFICO Y LAS ENCUESTAS DE OPINION PÚBLICA**

*En todo el periodo analizado la opinión pública en más de un 95% manifestó que la información económica es importante o muy importante para su vida. ¿Como es percibida esta información económica por la opinión publica? ¿Acude a la prensa grafica para informarse sobre economía? ¿Identifica a formadores de opinión de la información económica? ¿Lee las noticias de opinión y análisis? ¿Esta satisfecha? ¿La considera comprensible? ¿La considera objetiva? ¿Consideran importante estar informados sobre la economía?*

Para el año 2000 que es el inicio de la crisis del modelo de convertibilidad disponemos del análisis del material grafico del diario Clarín que da cuenta de un alto porcentaje de información económica, un 17% y del mismo un 36% destinado al genero de opinión y análisis. Hay presencia de economistas firmando las notas de opinión, casi un 50%. Ese año las encuestas de opinión pública acerca de la percepción de la información económica preguntaban acerca del interés por informarse sobre el desempleo y de la reforma laboral. Un 57, 80 % contesto en forma afirmativa. El medio que aparece en es la prensa con un 36,36%. El 16,39%; se informa a través de Clarín. Un 37,50 % afirmo conocer a algún periodista y mencionan periodistas de Clarín. Un 80,47% afirma leer tanto notas de opinión y análisis como de información. **Solo un 48,79%** se mostró

satisfecho con la información económica. Las razones por la que no están satisfechos con la información son, entre otras: la poca objetividad, información incompleta o parcial, y la dificultad para comprenderla. De quienes si están satisfechos con la información económica un 31,71% si considera que la información es objetiva. **El 82,93%** del total de los encuestados considera que es comprensible, ya sea que estén satisfechos o no o que la consideren suficiente y objetiva o no.

Para el año 2001 disponemos del análisis del material grafico del diario Clarín que da cuenta de un importante porcentaje destinado a información económica, un 18% y, del mismo un % del 30% son del genero de opinión y análisis. Es el año de la crisis final del modelo de convertibilidad.

En este año también se preguntó si se informa sobre economía, en particular sobre el desempleo debido a la situación general de crisis, es decir, al aumento tan grande del desempleo. Un total de 75,53 % contestaron afirmativamente un porcentaje que es mayor a los de otros años. El porcentaje de satisfacción esta por debajo de la media de los años analizados, **un 51, 06%** esta satisfecho con la información que recibe sobre economía y en particular sobre desempleo; un 13,35% afirmo que no; el resto optó por la opción de no lo suficiente. Este año al final de la encuesta se les solicitaba si deseaban agregar algún comentario; entre otros: muchos de los comentarios fueron en contra de los políticos o de la política económica; respecto a la información económica dijeron: los economistas deberían dirigirse a la población con un vocabulario más sencillo, no entendemos lo que dicen; por más que la gente se interese, los políticos hacen lo que quieren; no entiendo lo que dicen, porque no estoy capacitada; son todas mentiras; que se le dé más espacios a los cuadros, gráficos, a las noticias de desempleo para que la gente se entere de nuestra situación; la información es buena, la economía Argentina es catastrófica; no me gusta el tratamiento que le dan a la información y a los hechos que en realidad deberían ser conocidos; en momentos de fuertes crisis y cambios, como sucede actualmente, uno se interesa por informarse sobre estos tipos de temas; la información es muy parcial, muy de derecha; que todos los días está peor la economía; los periodistas especializados en economía hablan para los entendidos en el tema, no para el grueso de la población; la mayoría de la gente no entiende de economía y yo particularmente no estoy demasiado informado; **que lo único importante para los economistas es el riesgo país.**

Para el año 2002 se dispone del análisis del material gráfico de la Mañana de Córdoba que destina un porcentaje muy por encima de la media (de los años analizados), un 22% a la información económica; del mismo un 15% está destinado al análisis y opinión sobre el desempleo. Es posible que el contexto de crisis llevo al diario a esa práctica.

En las encuestas tomadas ese año un 68 % contesto afirmativamente. El porcentaje de satisfacción con la información económica del medio que lee, esta por debajo de la media, **es de un 44,68%**. Los fundamentos por lo que no están satisfechos, entre otros son: que los medios están manipulados; que todos tiran para su lado; que la información que brindan está muy distorsionada, no dicen la verdad; que está satisfecho porque son todos iguales; que ninguno es completamente bueno; que son parciales; que espera que la nueva generación de periodistas sea mejor; que es poca la información, le dan poca importancia; que el gobierno tendría que informar; que el diario La Nación es objetivo; que el diario Clarín no es objetivo, que está muy manipulado.

Para el año 2003 disponemos de material gráfico analizado de los diarios Clarín y La Voz del Interior. Las noticias del diario Clarín destinados a información económica sobre el desempleo presentan porcentajes notablemente más bajos que los de La Voz del Interior. 10% y 27% respectivamente. Por otro lado, la agenda de La Voz del Interior de ese mes destina un alto porcentaje a la información económica nacional. Sin duda, la recuperación económica de la Argentina hacia necesaria la presencia de información nacional.

Ese año quienes contestan la encuesta es un 75%. Los que identifican a los periodistas que escriben sobre economía son un porcentaje mas bajo que la media del periodo analizado, un 6,58%, incluso solo un 20% menciona a alguien, el 80 % restante mencionaron periodistas especializados en política.

En cuanto a la satisfacción con la información solo un **43,24% esta satisfecho**, por debajo de la media observada en el periodo. Ese año al momento de preguntar sobre que medios se informa un 5,38% optó por de otras fuentes. Internet representa el 66,67% de esas otras fuentes. Ya aparece Internet

Hacia el final de la encuesta se les solicitaba hacer algunos comentarios, entre otros dijeron: que la información económica no es muy accesible; que la información publicada en diarios suele ser tediosa, muchos números y porcentajes; que el tema de los desocupados no parece ser preocupante para estos medios; que si hablan de la delincuencia, la pobreza,

pero no analizan las causas de estos males; que no me fijo en quien escribe las notas; que la información sobre economía a veces no es creíble, no coincide con lo real y muchas veces los números están dibujados; que no analizan la realidad económica; que en los diarios uno se informa como puede de economía aunque a veces es difícil entender de qué hablan; que no dan los resultados veraces para que no se produzca el caos; que nos hacen creer que estamos bien cuando en realidad no es así; que la información sobre desempleo es escasa y muchas veces las noticias económica son inentendibles; que deben mejorar el lenguaje y tener más objetividad; que la información está muy manipulada; que los periodistas deberían ser más objetivos y menos influenciados; que hoy en día todas las noticias están enfocadas desde un aspecto político.

Para el año 2004 disponemos del análisis del material grafico del diario La Nación, que ha destinado entre un 14% y un 19% del diario a información económica en los meses analizados. El porcentaje de noticias del genero de opinión y análisis representa entre el 7% al 15%. El diario destina ambos periodos casi el 100 % de su información a la agenda nacional, estamos en el contexto de la negociación de la deuda en default, si bien la economía esta en franca recuperación

Este año un 71, 67 % de la población encuestada contesta en forma afirmativa respecto al interés por informarse de temas económicos. La prensa ocupa el 2º lugar como medio para informarse. Este año el cuarto lugar lo ocupa **Internet con un 7,88%**.

Un porcentaje del 47,67% identifica a los periodistas que escriben sobre economía y nombran periodistas de La Nación. Los artículos de economía que leen son: de género informativo un 51,72%; de género de análisis u opinión un 45,37% y ambos un 2,91%. Un 92,01% está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio. Los encuestados que se informan de economía en Internet; lo hacen ingresando a la versión on line de La Voz del Interior; Clarín y La Nación.

Para el año 2005 disponemos del análisis del material grafico de La Voz del Interior que presenta un 18, 38% de sus noticias destinadas a información económica; de la misma un 17,69 % ha sido redactada en el género de opinión y análisis sobre temas de desempleo y pobreza. El 95% de quienes escriben son periodistas o economistas especializados en periodismo, Para ese año el desempleo ha caído a niveles más bajos y la pobreza también ha descendido.

Este año hablamos del 100 % de los encuestados que se informan sobre economía y en particular sobre el desempleo, pues se tomaron mas encuestas a los efectos de llegar a una muestra proyectada para ese año. La prensa ocupa el 2º lugar como medio para informarse. De quienes se informan a través de Internet lo hacen a través de los diarios on line y, en primer lugar La Voz del Interior.

La Voz del Interior representa el 59,62% de la prensa consultada; Clarín con un 7,69%; La Nación y La Mañana ambos con un 3, 85%. Dos diarios de tirada nacional aparecen antes que La Nación y La Mañana de Córdoba. Un 13, 51 % dicen conocer los periodistas que firman las notas económicas y mencionan solo algunos economistas.

**Un 52,78%** afirma que está satisfecho con la información que recibe sobre economía y en particular sobre desempleo.

En los casos de encuestados que se informan a través de Internet; un 66, 67 % consulta la Voz del interior on line. Los comentarios que se agregan son, entre otros: que la información recibida es muy superficial y lenta; que deberían pasar más información económica y con más claridad; que el diario debería ser más extenso y completo; que hay que agarrar con pinzas lo que cuentan, no son objetivos; que la información debe ser más entendible y fácil de comprender; que la información es muy superficial; que no tocan todos los temas que interesan y se expresan en un lenguaje difícil; que debería presentarse la información de una manera más amplia y clara: que siempre dicen la verdad; que a veces trabajan mal y el vocabulario, es muy complejo.

Para el año 2006 disponemos del análisis del material grafico de la Nación en dos periodos, y de La Voz del Interior en dos periodos.

La Nación presenta un 14% de noticias económicas del total de las noticias; de las mismas un 3% han sido redactadas en el genero de opinión. El 32% de las notas están firmadas y un 75% de las fuentes citadas son oficiales. El 60% de las notas están firmadas por periodistas, el 40% restante las firman economistas. El lenguaje utilizado presenta abundancia de palabras técnicas, neologismos, frases oscuras.

La Voz del Interior presenta un 8% de noticias económicas, de las mismas, el 18% han sido redactadas en el género de opinión. Quienes firman las notas son periodista o economistas que ejercen el periodismo. El 60% de las fuentes citadas son oficiales. El lenguaje utilizado es sencillo, con escasa presencia de palabras técnicas.

Ese año un 67, 21 % contesta que se informa sobre economía. La prensa ocupa el 2º lugar con un 30,94%; el cuarto lugar lo ocupa Internet con un 9,16%. Un 68, 34% dice identificar a algunos periodistas que escriben sobre economía pero este año no mencionan ninguno de los que efectivamente escriben en esos diarios.

Los artículos que leen son: un 44,00% solo informativos; un 16% dice leer solo artículos del género de análisis u opinión y de ambos géneros un 40,00%. Un bajísimo porcentaje comparado con otros años, **el 30%** dice que está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio.

Los encuestados que manifestaron informarse a través de Internet afirman hacerlo en los diarios on line.

Este año se comienza a preguntar sobre la importancia de la economía Del total de los encuestados un 46,88% considerada que la información económica es muy importante y un 51,56% que es importante.

Para el año 2007 disponemos del análisis del material gráfico de los diarios Clarín y La Voz del Interior, en periodos de dos meses de cada uno. La Voz del Interior destina un 16,50% de sus noticias a información económica, de la misma un 15% son noticias económicas redactadas en el género de opinión y análisis. Un 82,35% de las noticias económicas tiene fuentes citadas y estas son oficiales en un 75%. Los que escriben las notas económicas firmadas son en un 100% comunicadores / periodistas especializados en economía o economistas que hacen periodismo. La agenda del diario ese año, de profunda crisis internacional lo refleja con un 86,93 % de noticias económicas internacionales. El diario Clarín, en los dos periodos analizados, presenta un 11% de sus noticias económicas escritas en el género de opinión. El 90% de las notas citan fuentes y son escritas en un 80% por periodistas especializados en economía.

Ese año contestan las encuestas un 58, 87% de la población. La prensa ocupa el segundo lugar de los medios mas mencionados; Internet ocupa el 4º lugar con los diarios on line. La Voz del Interior, Clarín y La Nación son la prensa más mencionada por quienes se informan por este medio. Un 66, 04% afirma que identifica algunos periodistas de esa prensa y nombran de los tres diarios.

El género de los artículos que leen para informarse sobre economía es en un 60,53% informativo y del género de opinión o análisis de un 31,97%.

Un **75, 45 % está** satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio. Un 51, 58 % considera que la información económica en esos diarios es objetiva. Los fundamentos, entre otros, son: porque la información refleja lo que en la realidad sucede.; porque hablan de lo actual, la inflación; porque dicen la verdad; porque son periodistas comprometidos; porque no considero que los autores se dejen influenciar. Los que afirman que no es objetiva sus argumentos son: porque ningún medio es objetivo; porque aplica mucho su opinión; porque cada autor escribe en base a sus pensamientos.

Un 81,90% considera que la información o el análisis económico en esos diarios son comprensibles. Las razones son, entre otras: que la redacción es óptima, no carece de falta de coherencia, por ende es comprensible y fácil de analizar; porque usan palabras de fácil comprensión.; porque no utiliza una explicación compleja del tema; porque tratan de usar términos no tan técnicos; porque usan un lenguaje técnico pero se adecuan a los conocimientos básicos de la sociedad. Los que dicen que no es comprensible se basan en algunos de estos argumentos: porque utilizan términos muy avanzados; porque se necesita vocabulario específico para interpretar correctamente información; porque utilizan vocabulario incomprensible. Los temas económicos que algunos consideran que están ausentes en esos diarios son: la economía de sectores pobres; los efectos a largo plazo, alternativas de políticas económicas y mencionan otros temas que si están en la agenda.

Del total de quienes contestaron las encuestas un 49,09% considera a la información económica muy importante y un 44,85% la considera importante. Algunas de las razones son: porque todos debemos tener una idea de la realidad actual; porque de cómo funciona la economía depende nuestro nivel de vida; porque es el punto clave en el rumbo de un país; porque ayuda a entender la realidad social en que vivimos; porque nos permite organizarnos mejor con los gastos diarios para llegar a fin de mes.

Para el año 2008 disponemos del material gráfico analizado de los diarios Clarín en cinco periodos, La Mañana de Córdoba en tres períodos y de La Voz del Interior en un periodo. El diario Clarín destina a información económica entre el 26% y el 14% de sus noticias. En uno de los periodos el 65% de las noticias económicas son del género de opinión. Hay que recordar que el 2008 es el año de la crisis del campo. Las fuentes citadas son entre un 75% y un 60% fuentes oficiales. Las noticias firmadas representan entre un 78% y un 70% de las noticias económicas. Los que firman las noticias económicas son entre un 95% y un 50% periodistas especializados en economía. Hay, en todo el periodo,

abundancia de palabras técnicas, neologismos extranjerizantes, frases oscuras. La Mañana de Córdoba tiene un 13,79% de noticias económicas, de las mismas un 5,14% son noticias del género de opinión. Entre un 89% y un 80% de sus noticias citan fuentes. Las fuentes citadas son entre un 51% y un 60% fuentes oficiales. Hay abundancia de palabras técnicas, neologismos, metáforas y frases oscuras y la agenda (recordemos el contexto de la crisis del campo) es un 50% agenda nacional. La Voz del Interior, presenta un 55% de fuente oficiales y el 100% de quienes firman las noticias económicas son periodistas.

Ese año, un 69,79% se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos. El medio que ocupa el 2º lugar para informarse es la prensa con un 27,20%, en tercer lugar Internet con un 18,15%.

Los cuatro diarios, La voz del Interior, Clarín, La Nación y la Mañana de Córdoba son la prensa que lee principalmente para informarse de temas económicos. Un 24,29% identifica algunos periodistas de esa prensa. Nombran de los tres primeros diarios, mas periodistas de Clarín y de La Nación, pero no mencionan periodistas de La Mañana de Córdoba.

Los artículos que leen en un 54,03% del género informativo. Un 66,81% está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio. **Un 34,43%** considera que la información económica en esos diarios es objetiva. Algunos de los fundamentos son: por la “seriedad” del medio; porque no emiten juicios de valor. Para quienes no es objetiva, algunos de los argumentos son; el carácter de “empresas” que poseen los medios o grupos de medio.

**Un 73,55%** considera que la información o el análisis económico en esos diarios son comprensibles. Algunos de los fundamentos son: la explicación de los términos técnicos; la accesibilidad del vocabulario. Para quienes no es comprensible algunos de los argumentos son: por el vocabulario difícil que confunde a la gente; porque no es para la gente de clase baja Un 53,46% considera que hay temas económicos que están ausentes en esos diarios. Entre otros, mencionan: que no hay un seguimiento objetivo de la inflación; que no hay un seguimiento de los precios de los bienes de consumo básico comparados con los de los bienes suntuarios y durables; y la comparación de la oferta y demanda de cada uno; que no hay temas internacionales.

Los que se informan a través de Internet, se informan en los sitios de Clarín, La Voz del Interior y, La Nación. De todos los encuestados un 45,41% considera a la información económica es muy importante y un 46,91% la considera importante.

Para el año 2009 disponemos de análisis de material gráfico de los cuatro diarios propuestos en el corpus de análisis. Del diario Clarín dos períodos, del diario La Mañana de Córdoba seis periodos, del diario La Nación dos periodos y de La Voz del Interior un periodo. El diario Clarín en todos los meses analizados no presenta un vocabulario demasiado complejo. Ha utilizado el género de opinión y análisis en el 20% al 11% de la redacción de la información económica presentada; su agenda es nacional con presencia de información internacional en menor medida en todos los meses analizados. Entre el 82% y el 67% las fuentes que citan en las noticias económicas son oficiales y la agenda económica es fundamentalmente nacional. El diario La Mañana de Córdoba, en los periodos analizados tiene entre un 12% y un 1% de sus noticias económicas presentadas en el género de opinión. Entre un 90% y un 61% de las noticias económicas citan fuentes y prevalecen las fuentes oficiales en uno de los periodos y en otros las fuentes privadas. En todos los periodos el 100% de las notas de opinión están firmadas por periodistas. Presenta una escasa presencia de vocabulario económico difícil de entender. En los periodos analizados la agenda económica local representa entre el 90 y el 10 % de las noticias económicas. El diario La Nación presenta un 5,33% de noticias económicas del total de las noticias del diario; un 56% de las mismas, en los dos periodos analizados son noticias del género de opinión. Casi el 100% de las noticias económicas de opinión citan fuentes y el 90% son oficiales. El diario la Voz del Interior presenta un 10% de sus noticias destinadas a información económica; de las mismas un 12% han sido presentadas en el género de opinión. El 85% de las fuentes citadas son oficiales. El 89 % de quienes firman las notas son periodistas y algunos economistas que se dedican al periodismo.

Este año un 63,78% de las personas encuestadas manifestaron que se interesan y se informan frecuentemente acerca de temas económicos. La prensa es el medio que ocupa el segundo lugar para informarse y representa el 26,39%. En tercer lugar Internet con un 18,65% que afirman ingresar a los diarios on line. La prensa que leen son, en este orden: La Voz del Interior Clarín La Nación y La mañana de Córdoba. Un 14, 61% identifica periodistas y nombran periodistas de los cuatro medios. Los artículos que leen son del

género informativo un 34,46% y del género de opinión un 10,95%; de ambos géneros un 54,59%

**Un 49, 19%** está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio. Un 55,76. % considera que la información económica en esos diarios **es objetiva**. Algunas de las razones son; porque no tergiversan la información; dan datos corroborados; porque hay un manejo transparente de la información; porque es prensa evaluada y transparente; porque son periodistas de diferentes orígenes. Los que consideran que **no es objetiva**, afirman, entre otras razones que: tiene tintes políticos; no siempre está fundada en datos sólidos; la información está manipulada; porque muestra información que es conveniente para el Estado; porque no muestra la realidad tal cual es; porque privilegian los intereses de su empresa.

**Un 83,14%** considera que la información o el análisis económico en esos diarios son comprensibles. Entre los fundamentos mencionan: porque el vocabulario es comprensible; porque el medio está destinado a un público general; porque la explicación es sencilla; porque está bien explicada. Para los que consideran que no es comprensible algunos de los argumentos son: por el vocabulario técnico; por la utilización de lenguaje complicado, o muy técnico; porque hay que saber de economía.

Un 48, 80. % que hay temas económicos considera que están ausentes en esos diarios. En los diarios de Bs. As. los temas del interior del País; De los locales, el tema de las Cooperativas, la escasez de agua, la pobreza, los que tienen relación con las provincias y ciudades más pequeñas, la mala distribución de la riqueza, el deterioro de la economía, los verdaderos números del INDEC.

De todos los encuestados un 42,89% considera a la información económica es muy importante y 51,79 % considera que es importante 51,79%. Los fundamentos son, entre otros: porque la economía es la que rige y mueve a la actividad económica tanto del país, como la individual; porque el conocimiento de ésta forma parte de la cultura general; porque la vida de un País gira en torno a ésta; porque las decisiones que otros toman influyen en nuestra vida; tomarla como muy importante es dejar otras cuestiones de lado, además hay que analizarlas de modo crítico; porque es importante tener conocimiento sobre ésta y es necesaria para tomar buenas decisiones.

Para el año 2010 disponemos de material grafico de los cuatro medios seleccionados. Del diario La voz del Interior de tres periodos; del diario Clarín de un

periodo; del diario La Mañana de Córdoba de un periodo; y del diario La Nación de tres periodos.

El diario Clarín, presento el 24, 87% de sus noticias económicas redactadas en el género de opinión. El 100% de las notas están firmadas y el 80% de las mismas por periodistas. Este periodo presenta una gran abundancia de palabras técnicas, neologismos y frases oscuras. El diario La Mañana de Córdoba, destina un 7,55% de sus noticias a información económica, de la mismas, un 0,80% han sido redactadas en el genero de opinión y en un 70% están firmadas por periodistas. El lenguaje es sencillo. Las fuentes que predominan son fuentes oficiales. La agenda económica que predomina es nacional y no local.

El diario La Nación destina el 21% de sus noticias a noticias económicas; de las mismas el 9% han sido redactadas en el género de opinión. El 97% de las noticias citan fuentes y entre un 80 y un 70% son fuentes oficiales. Mas del 70% de las noticias están firmadas y las firmas perteneces en un 90% a periodistas; el resto de las firmas son de economistas especializados en economía. El lenguaje utilizado para presentar la información económica es sencillo. La Voz del Interior destina, en los periodos analizados, entre un 15% y un 12% de sus noticias a la información económica; de las mismas, son redactadas en el genero de opinión el 26% en un periodo; el 12% en otro y el 7,50% en otro periodo. Las noticias de opinión acuden a fuentes oficiales en un 68% y son firmadas por periodistas entre un 90% y un 80%, salvo un periodo en que es solo el 50% porque el resto son invitados. En todo el periodo hay presencia de de palabras técnicas y neologismos y salvo uno de los meses analizados la agenda económica que predomina es la nacional.

Este año un 64,26% contesta que se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos. La prensa ocupa el segundo lugar con un 25,57%, en tercer lugar esta Internet con un 21,87%. La prensa que leen es, en este orden: La Voz del Interior, Clarín, La Nación, La Mañana de Córdoba esta en 7º lugar. El 38, 24 % identifica algunos periodistas. Mencionan fundamentalmente periodistas de La Voz del Interior, hay de la Nación y muchos de televisión. No todos son periodistas que escriben sobre economía. Los artículos que leen son del género informativo en un 28,96%, **del género de opinión un 3,58%** y de ambos géneros un 67,46%. Un 34, 13 % está satisfecho con la información y / o análisis que le provee ese medio. **Un 38,65%** considera que la información económica en esos diarios **es objetiva**. Entre otras razones dicen que: porque tienen confianza; porque la

información condice con los hechos de la realidad; porque no hay manipulación de la realidad; porque es imparcial; por la larga trayectoria del medio; porque presentan un panorama actual; porque el diario es bueno; porque es la verdad; porque hay coincidencia de la información con la realidad y por la oposición al gobierno nacional; porque hay pluralidad de voces que se encuentra en dichos medios. Los que afirman que **no es objetiva** tienen entre sus argumentos: que responde a intereses del medio; que siempre hay carga subjetiva; que hay diferentes intereses económicos; que los periodistas siguen diferentes lineamientos de pensamiento; que los diarios están influenciados por partidos políticos; que muchos periodistas siguen los intereses del medio; porque hay intereses políticos, económicos e ideológicos; por las peleas del gobierno y los Mass Media. **Un 88,60 %** considera que la información o el análisis económico en esos diarios **son comprensibles**. Los fundamentos son, entre otros: porque no utiliza lenguaje técnico específico; porque tiene conocimientos previos en la materia; porque el vocabulario es sencillo; porque los temas están bien explicados y desarrollados brevemente; porque incorporan breves definiciones o explicaciones de palabras difíciles; por la forma de presentar tanto notas, datos o estadísticas es accesible; porque utilizan la claridad y la precisión para informar. Los que afirman que no es comprensible argumentan: por el lenguaje técnico; por las palabras complicadas; por ser confusa la explicación; por utilizar terminología técnica de la economía.

Un 47, 44% considera que hay temas económicos que están ausentes en esos diarios. Mencionan: la economía social, otros que mencionan si están en la agenda de todos los diarios.

Los que se informan a través de Internet lo hacen en los diarios on line en este orden: La Voz del Interior, Clarín, y La Nación, sin porcentajes. Un 26,05% abre los artículos económicos para leerlos con detenimiento.

De todos los encuestados el 42,78% considera a la información económica es muy importante y un 52,98% importante Las razones son: porque la economía influye en todos los aspectos de la vida; porque es saber acerca de cómo está el país hacia adentro y hacia fuera; para saber cómo actuar frente a determinadas circunstancias; para orientarse en lo cotidiano y organizarse día a día: para mantenerse alerta a lo que sucede; para manejar la economía familiar.

Para este año disponemos de periodos de análisis de los cuatro diarios seleccionados. El diario Clarín, presenta el 41% de sus noticias económicas redactadas en el género de opinión. El 90% de las noticias están firmadas, un 57% de ellas por periodistas y el resto están firmadas por economistas. El 100% de las mismas cita fuentes, pero las mismas son oficiales en solo un 32,50%: El lenguaje utilizado para presentar la información económica tiene abundancia de palabras técnicas, términos extranjeros, neologismos y frases oscuras. El diario La Mañana de Córdoba destina un 17% de sus noticias a la información económica; de las mismas solo un 6% esta redactada en el género de opinión. El 86% de sus noticias económicas esta firmada y son periodistas el 100%. El lenguaje de la información económica presenta algunos neologismos, palabras técnicas y frases oscuras. La agenda económica es predominantemente local

El diario La Nación destina un 4,87% de sus noticias a información económica; el 54% de las mismas, están redactadas en el género de opinión. El 97% de las noticias cita fuentes y son nacionales el 69,86% de fuentes citadas. El 95% de quienes firman las notas son periodistas o economistas que hacen periodismo. Las notas de opinión y análisis son comprensibles porque no presentan tanto vocabulario técnico difícil de comprender.

Del diario La Voz del Interior disponemos de tres periodos analizados. El porcentaje del total del diario destinado a noticias económicas oscila entre el 17% y el 12,6%. Las noticias económicas redactadas en el genero de opinión representan entre el 20% (el periodo que mas noticias económicas presento y periodo en mas fuentes privadas se citan) y un 9%. El 100% de quines redactan las noticias son periodistas. Predomina agenda nacional.

Ese año un 56, 99% contesta que se interesa y se informa frecuentemente acerca de temas económicos. La prensa ocupa el primer lugar con un 30,53% de los medios a través de los cuales se informa. En tercer lugar Internet con un 22,40%.

Los diarios La Voz del Interior, Clarín, La Nación, son los diarios que se se leen principalmente para informarse de temas económicos, no es mencionado La Mañana de Córdoba. Un 19, 69 % identifica a periodistas que escriben sobre economía y nombran algunos de los tres diarios, mas de La voz de Interior; también nombran de la televisión y de la radio.

Los artículos que lee son: del genero informativo un 39,68%, de análisis u opinión un 10,65% y de ambos un 49,68%. **Un 62, 65 % está satisfecho** con la información y / o análisis que le provee ese medio. Las razones son, entre otras: porque la información es

clara y muchas veces es objetiva; porque la información completa; porque responde a expectativas. Para los que no están satisfechos, que es un 12, 52%, las razones, entre otras son: por la falta de veracidad en los datos; por la falta de claridad en la redacción; porque a veces se leen cosas escritas por presión oficial y eso no está bueno; porque a veces no se entiende la terminología, porque es subjetiva; porque es tendencioso; porque les cuesta mucho entender el vocabulario específico que se maneja.

**Un 46, 24 %** considera que la información económica en esos diarios, es objetiva y **un 52, 55% que no lo es**. Los fundamentos para afirmar que es objetiva son, entre otros: por la veracidad de los hechos; por Ética periodística; porque se contrasta con los hechos con la realidad; por el buen desarrollo de temas específicos; porque usa buenas fuentes; porque dice lo que pasa; porque no están con el gobierno. Los fundamentos para afirmar que no es objetiva son, entre otros: porque las fuentes son poco confiables; porque la información está “dibujada”, y depende de la posición ideológica de los dueños del medio; porque ningún medio es objetivo.

**Un 89,79%** considera que la información o el análisis económico en esos diarios son comprensibles. Los fundamentos, entre otros son: porque es de fácil lectura; porque la Información está tratada por el periodista; porque tiene vocabulario sencillo; porque apuntan para que la información llegue más fácil; porque se utiliza un vocabulario bien redactado, simple (básico) y práctico; porque son claros y directos para informar y por las terminologías que utilizan. Para quienes no es comprensible los argumentos, entre otros son: porque el lenguaje es muy técnico; porque tiene un vocabulario especializado; porque a veces se utilizan frases o palabras complicadas, con terminología técnica y porque hay falta de claridad en la redacción

Un 37,40% considera que hay temas económicos que están ausentes en esos diarios. Por ejemplo: sobre niveles de desocupación; índices de pobreza, la inflación real; sobre PYMES; sobre la crisis mundial; sobre el verdadero motivo porque no se pueden comprar dólares.

El 22, 40% que se informa sobre economía en Internet, contesta que lo hace en los diarios on line de La Voz del Interior, Clarín, La Nación, la Mañana de Córdoba y otros.

Un 53,51% considera a la información económica es muy importante y un 42,99%.que es importante. Entre los fundamentos: porque es importante saber en qué situación nos encontramos como sociedad; para poder tomar mejores decisiones; para que

la economía no afecte sus vidas; porque es el pilar de un país; porque estamos condicionados por la economía: porque se conoce el sistema económico con esa información; por cuestión de trabajo: porque si la economía está bien, el país está bien; porque de acuerdo al presente económico se planea el futuro; porque afecta la vida diaria.

Para el año 2012 disponemos de material gráfico analizado de los cuatro diarios seleccionados. En el diario Clarín, entre un 22% y un 14% de las noticias publicadas son de información económica, de las mismas un 6% y un 24 % son redactadas en el género de opinión. El 100% de esas notas presentan fuentes citadas y entre un 80% y un 63% son fuentes oficiales. Más del 90% de las notas son firmadas por periodistas y el lenguaje utilizado presenta muy pocas palabras técnicas difíciles de comprender, aunque hay algunos neologismos y frases oscuras.

El diario La Nación presenta un 34,7% de noticias económicas en el total del diario. Entre un 10% y un 8,10% son redactadas en el género de opinión. Las mismas son firmadas en un 90% y las firmas pertenecen a periodistas o a economistas especializados en periodismo. Un 80% de esas notas cita fuentes, de las cuales, el 60% son oficiales. Los tres periodos analizados son diferentes en cuanto al uso de palabras técnicas difíciles de comprender, dos de ellos presentan una mayor abundancia y el otro es de más fácil comprensión. El diario La Voz del Interior presenta un 15% de sus noticias destinada a información económica. De las mismas un 10% han sido redactadas en el género de opinión. Si bien un 89,19% de esas noticias cita fuentes, solo un 59% son oficiales. El total de las notas firmadas son firmas de periodistas o de economistas que hacen periodismo, aunque el lenguaje presenta neologismos y palabras técnicas difíciles de comprender. La agenda económica del diario presenta un alto porcentaje de agenda nacional, si bien el 53% es agenda local. El diario La Mañana de Córdoba, presenta entre un 15,94% y un 14% de sus noticias destinadas a información económica. De las mismas, un 24% en uno de los periodos analizado fueron redactadas en el género de opinión, en el otro es el 3,91%. El 70% de las noticias cita fuentes y en ambos periodos el 80% de las mismas son fuentes oficiales. Quienes firman son en su totalidad periodistas y la agenda economiza es predominantemente local.

Este año contestan la encuesta un 61,48% de los encuestados. **Internet** ocupa el segundo lugar como el medio que usan para informarse sobre económica, con un 28,39%, la prensa con un 28,08%, ocupa este año, el tercer lugar. Los diarios más leídos son, en este

orden: La Voz del Interior; Clarín, La Nación y La Mañana de Córdoba. Un 26, 51% afirma identificar algunos periodistas. Los periodistas de La Voz del Interior son los más nombrados, y se nombran también periodistas de la Nación y el Clarín. Pero los que mas nombran son periodistas de televisión y radio. El 61,41 % lee básicamente noticias del género de información; un 48, 59% lee artículos de los géneros de opinión y de información.

**Un 70, 45% afirma** estar satisfecho con la información. **Un 48, 48 %** considera que esa información es **objetiva**. Los fundamentos son, entre otros: porque hay bastante coincidencia entre la realidad que nos cuentan y lo que se vive; por los aspectos económicos son objetivos; es de lo más confiable de Córdoba; porque muestra la realidad sin opinar si está bien o mal; porque es lo real, no lo del gobierno; porque dice la verdad y la realidad no disfrazada; porque dice la verdad y está en contra del gobierno; porque explica bien paso a paso; porque sólo informa, relata los hechos, los describe; porque es un diario serio; porque las fuentes son confiables; porque más allá de la mirada objetiva que tiene los periodistas, el diario refleja los temas tal cual suceden y los datos son certeros, porque tratan los temas desde un punto de vista relativamente crítico; porque son muy completos e informativos; porque cuenta la verdad de los hechos; porque se mantiene neutral; porque poseo las herramientas suficientes; porque confío en la seriedad de estos medios; porque no es un diario del gobierno; porque es más objetiva que la radio y la televisión; porque escriben periodistas de diversas ideologías y vasta trayectoria; porque están bien documentados; porque las fuentes son confiables; porque es un diario especializado e independiente; porque se limitan a informar.; porque no se puede manipular la información económica.

**Un 89,90%** considera qué la información o el análisis económico en esos diarios es comprensible. Las razones, entre otras son: porque se entiende; porque cuando son de opinión son más sencillos; porque usan términos sencillos y prácticos para que entienda cualquiera; porque la redacción es de fácil comprensión; porque utilizan vocabulario simple para llegar a la sociedad en general; porque esta todo documentado; porque no usa vocabulario técnico; porque se entiende fácilmente; porque utilizan un lenguaje no tan formal, permitiendo al lector poder comprender la complejidades de los temas. El 10,10 % que considera que no es comprensible se apoya en algunos de los argumentos siguientes: porque utiliza un lenguaje técnico que requiere conocimientos previos; porque hay

informaciones difíciles de comprender; porque no es clara la información económica; porque están en contra del gobierno, ocultan información; porque es información distorsionada; porque utilizan demasiado lenguaje técnico económico; porque utilizan vocabulario técnico y avanzado; porque al no manejar algunos conceptos de economía a veces resulta confuso comprender. Solo un 40,88% considera que hay temas ausentes, por ejemplo la verdadera situación del país. Se nombran muchos temas que si están en agenda.

Un 74, 50 % de los que se informan en Internet lo hacen a través de la versión on line de los cuatro diarios, los porcentajes mantienen la lógica de lectura de esos medios en la prensa; un 49% La Voz del Interior, un 12% Clarín, un 10% La Nación y un 1 % La Mañana de Córdoba.

De todos los encuestados un 49,11 % considera a la información económica es muy importante y un 48,46%, que es importante. Las razones son, entre otras: porque necesitamos saber cuales son las medidas a tomar para que se puedan resolver algunos problemas económicos; porque es la base de la economía de un país; porque se debe estar informado; porque es la base del desarrollo; porque forma parte de nuestra vida la economía; porque pasa algo con la economía y nos repercute en nuestros bolsillos; porque la economía mueve el mundo; porque la economía es el estudio de recursos, que subsistir; porque permite tomar decisiones a futuro.

#### **EL PERIODISMO ECONOMICO, LA AGENDA ECONOMICA Y SUS CARACTERISTICAS**

El económico es un periodismo especializado, y si bien sus lectores generalmente también lo son, cada vez mas el gran publico accede masivamente a la información económica y financiera que es el corazón de la información política. Una manipulación de la información, o un simple error, puede afectar el patrimonio de una persona o la viabilidad de una empresa, que genera riqueza y puestos de trabajo. La información económica tiene un alto precio: información de una manera u otra, o de no darla tiene una influencia lógica sobre la cotización de las empresas. El Periodismo económico debe ser un periodismo de servicio, no solo debe buscar dar información sino que la misma sea de utilidad. En el lenguaje habitual del periodista económico el dato es el rey ¿Existe un medio más apto que otro? Sin duda los periódicos lo son. Los tiempos en la televisión y en la

radio son muy cortos. La desventaja con la que cargan los periódicos es la imposibilidad de instantaneidad, de dar información a los lectores al mismísimo momento en que ocurren los sucesos. Sin embargo, esta particularidad es una ventaja para la gráfica, porque mientras los medios electrónicos ofrecen gran cantidad de información, los periódicos se encargan de la calidad de la información ya que cuentan con más tiempo para chequear las fuentes, profundizar en los detalles del hecho a informar, ampliar la consulta a fuentes especializadas, acompañar la noticia con la opinión y el análisis de expertos. La nota central redactada, dependiendo del asunto puede venir acompañada por cuadros y gráficos que relacionan los datos numéricos de los que se está informando. No existe ninguna especialidad de la prensa donde la precisión resulte tan necesaria como en la información financiera. La propia estructura de los periódicos permite diferenciar claramente la importancia de las informaciones. El lector puede acceder a la información económica vertida en la gráfica en cualquier lugar y momento del día la posibilidad de la relectura.

El periodismo económico es la especialidad periodística que tiene a su disposición más fuentes institucionales de información, las estadísticas y análisis económicos realizados por las diferentes administraciones, instituciones dedicadas precisamente a confeccionar estudios o empresas u organizaciones privadas. El ideal son los periodistas especializados, pues la base es el periodismo, entender algo y saber transmitirlo. Los economistas son los más complicados para expresarse y, a veces, sólo un periodista es capaz de "traducir" lo que dice y escribirlo en un diario. Y por último, debes tener la aptitud de buscar información, hay mucha información económica dando vuelta, - hay cierto tipo de información en que se tiene que acudir a muchas fuentes públicas y privadas - y al mismo tiempo esa información esta dispersa y la habilidad esta en juntarla, hay que tener aptitudes periodísticas, netamente del oficio que te permiten armar la noticia con esos datos. Por ello, el Periodista económico debe formarse técnicamente, lo cual lleva mucho tiempo y dedicación, y por lo tanto es dificultoso su reemplazo cualesquiera sea la causa que lo provoque.

La confianza en la objetividad de las noticias económicas que, depende del prestigio del medio, del prestigio del periodista y de la presencia de fuentes, sobretodo, de fuentes oficiales; si bien en los diarios se citaron fuentes y las mismas fueron oficiales, la percepción de la opinión publica no fue de confianza en la objetividad de ninguno de los cuatro diarios. La claridad de la información, imprescindible en diarios generalistas, estuvo

garantizada por la importante presencia de periodistas y no siempre por un vocabulario sencillo, la opinión pública percibe a la información económica de los cuatro diarios como comprensible. En general los niveles de satisfacción fueron muy altos por parte de un público que considera muy importante a la información económica.

Un capítulo aparte merecen aquellos encuestados, si bien en un bajo porcentaje, no satisfechos, y aquellos que no consideran a la información comprensible, también en un bajo porcentaje; sin duda que la presencia de vocabulario complejo en los diarios dificulta la comprensión y hay temas económicos que están ausentes en la agenda de los cuatro medios

Los cuatro diarios analizados nos permiten concluir que quienes escriben son casi siempre periodistas especializados o algunas veces economistas que hacen periodismo. Que casi siempre se citan fuentes y que las mismas son en su mayoría fuentes institucionales. Si bien, no en abundancia y no siempre, se utiliza un lenguaje difícil de comprender para un público generalista hacia el cual se dirigen. La agenda en general, se corresponde a la región a la cual están dirigidos. Sin embargo, a pesar de la presencia de fuentes oficiales, la opinión pública no considera a la información objetiva o la considera en porcentajes muy bajos. La opinión pública considera que la información económica es comprensible en altos porcentajes, sin embargo, los argumentos de quienes consideran que no lo es, coinciden con la presencia muchas veces, de economistas que no hacen periodismo y de lenguaje técnico, frases oscuras neologismos que dificultan enormemente la comprensión de la información.

El crecimiento año a año, de quienes dicen informarse a través de Internet, aunque lo hagan en los diarios on line, revela, a nuestro juicio, que la población estará sino menos informada sobre economía, si con menor calidad de la información. Una frase que dijo un encuestado, de alguna manera nos permite resumir nuestra opinión, **“que lo único importante para los economistas es el riesgo país”** y ese año nunca se explicó que significaba el riesgo país y cual era la verdadera amenaza para quienes tenían sus ahorros en los bancos. Los diarios destinaban mucho espacio para la información económica pero muy poco para explicarla.

El que más del 95% de los encuestados consideren que la información económica es importante, da cuenta claramente que la opinión pública percibe la necesidad de estar informado y, por ende, tiene interés. Solo falta que la prensa gráfica adecue su lenguaje,

redacción, y acompañe de graficas e infografías a la misma para hacerla mas interesante y comprensible, entonces, el periodismo económico será un periodismo de servicio.

## IX. BIBLIOGRAFIA

APARICI, R. (1998) “*Educación para los medios en un mundo globalizado.*” I Congreso Internacional sobre Comunicação e Educação. Sao Paulo, Brasil.

ANDER-EGG, Ezequiel. 1985 “*Técnicas de investigación social.*” Edit. Lumen. Bs. As.

----- (1982) “*Metodología del trabajo socia*”. Editorial El Ateneo. Barcelona.

ARRAIGADA C. E. y R. PALACIOS Nuestras ciudades y sus diarios. Cuadernos de Información Número 12. Pontificia Universidad Católica de Chile.

ARRESE, A y otros (Eds.) EMAIDES, Ana. (2010 “*Periodismo económico: viejos y nuevos desafíos*”. EUNSA. Navarra España.

ARRESE, Ángel (2002) “*El boom de la economía y de la prensa económica*” Prensa económica. De la Lloyd s list al wsj.com. Eunsa, Pamplona, 2002.

----- ARRESE, Ángel, Entre la simplificación y el rigor en el periodismo económico. En Cuadernos de Información, nº 19, 2006, pp. 42-49.

APIE (Asociación de Periodistas de Información Económica), (1995) *“Informar de Economía II”*, Madrid.

AMADO SUÁREZ, Adriana y otros (2005) *“Información ¿se puede saber lo que pasa?”*. Grupo editorial NORMA. Buenos Aires.

ARIAS ASTRAL, A. y FERNÁNDEZ RAMÍREZ, B (1998) "La encuesta como técnica de investigación social". En Rojas Tejada, A., Fernández Prado, J. y Perez Meléndez, C. (Eds); Investigar mediante encuestas. Fundamentos teóricos y aspectos prácticos. Síntesis Psicología. Madrid.

BERGANZA CONDE, M.R. - RUIZ SAN ROMÁN, J.A. (Coord.) 2005. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación. Madrid: McGraw Hill/ Interamericana de España.

BELTRÁN, Luis Ramiro y ZEVALLOS, René. (2001) *“Estrategias de comunicación educativa para el desarrollo”*. Voces Unidas. La Paz.

BOLAÑO, C.; MASTRINI, G.; SIERRA, F. (Eds.) (2005): Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana, Buenos Aires: La Crujía.

BOURDIEU, P (1990) *“Sociología y Cultura” (La opinión pública no existe)*, Grijalbo

---- (2008) *“Las estructuras sociales de la economía”*. Manantial. Buenos Aires

---- (1995) *“Transmitir un oficio”* en P. Bourdieu y L. Wacquant. Respuestas por una antropología reflexiva, México, Grijalbo.

BORRAT, H. (1989). *“El periódico, actor político”*. Barcelona: Gustavo Gili.

BOND, F. Fraser (1979). *“Introducción al Periodismo”*. Editorial Limusa. México.

BOLOGNA, Eduardo; Casarín, Marcelo (2001) *“Investigación en Ciencias Sociales: MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS”*. EDITORIAL TRINFAR. CÓRDOBA, ARGENTINA

BELTRÁN, Luis Ramiro (1974) *“La investigación de la comunicación en América Latina, indagación con anteojeras”*, en Leipzig. Conferencia de la “Internacional Association for Mass Communication Research” (IAMCR).

BARDIN, L. (1986). *“Análisis de contenido”*. Madrid: Akal.

- BOURDIEU, P. (2003) " *Pensamiento y Acción. Cuestión de palabras. Una visión más modesta del rol de los periodistas*", Buenos Aires.
- CASTELLS, Manuel (1996) " *La era de la información. La sociedad Red*". Madrid: Alianza.
- CALVO MARTINEZ, Pedro, VARA, Miguel (2002) " *Alianzas informativas y de propiedad en el mercado de la información económica*". Facultad de Comunicación. Universidad de Navarra
- CHARLES CREEL, Mercedes, y OROZCO GÓMEZ, Guillermo, eds. (1990) " *Educación para la Recepción Hacia una Lectura Crítica de los Medios*". México.Trillas.
- CEA D'ANCONA, M.A. (1998). " *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*". Madrid: Síntesis.
- COCA, C. Y DIEZHANDINO, P (1991) " *Periodismo económico,*".Madrid, Paraninfo.
- (1997) *Información económica. Teoría y practica*, Madrid, CIMS.
- COCA César y PEÑALVA, José Luis (1998) " *Modelos de los medios de comunicación social*". Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- CORTES MONTALVO, Jorge (2000) " *Economía global, política y medios de comunicación*". Textos Universitarios. Universidad Autónoma de Chihuahua.
- D' ADAMO, Orlando y otros (1999) " *Medios de Comunicación, efectos políticos y opinión pública*". Ed. Belgrano. Bs.As.
- D'ANCONA, M. Angeles. (1999) " *Metodología Cuantitativa en Investigación Social*". Ed. Síntesis, Madrid.
- DEL RÍO, Rosa (2004) " *Periodismo económico y financiero*" Editorial Síntesis
- DE LA TORRE, L y TÉRAMO, M. T. (2004). " *La noticia en el espejo. Medición de la calidad periodística: la información y su público*". Editorial Educa.
- DELGADO, J.M.- GUTIERREZ,I. (Eds.) 1994. " *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*". Madrid: Síntesis.
- DÍAZ, Esther (1997) " *Metodología de las Ciencias Sociales*". Editorial Biblos
- ECO, Umberto " *Apocalípticos e integrados.*" Telos 46 (1996). Madrid: FUNDESCO.
- EMANUELLI, Paulina (EDT) (2009) " *Herramientas de Metodología para investigar en Comunicación: Conceptos, reflexiones y ejercicios prácticos*". Cátedra de Metodología de investigación en Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba. E. Copy rápido.

- (2012) “Herramientas de Metodología para investigar en Comunicación: Técnicas de recolección y análisis de la información” Cátedra de Metodología de investigación en Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba. Edit. Copy rápido.
- ESTEINOU, Javier (1998) “*La investigación en comunicación en tiempos neoliberales*”, en Razón y Palabra, n. 11, www.razonypalabra.org.mx México,
- FAGOAGA, Concha. (2001) “*Periodismo interpretativo. El análisis de la noticia*”. Extraído de apuntes de Redacción Periodística I.
- FAUS, J. y RAHNEMA, A. (2001) “*Cómo interpretar la prensa económica y financiera*”. Bilbao, Ediciones Deusto.
- FLORES B., Teresa. (2002) “*Comunicación para el desarrollo sostenible*”. Editorial Plural, LIDEMA, Konrad Adenauer Stiftung. La Paz.
- FORD, Aníbal (2005) “Resto del mundo: Nuevas mediaciones de las agendas críticas internacionales”. Grupo Editorial Norma
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1999) “*La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI*”. Diálogos de la comunicación. FELAFACS, Lima.
- GAITÁN, J. A. - PIÑUEL, J. L. (1998). “*Técnicas de investigación en comunicación social*”. Elaboración y registro de datos. Madrid: Síntesis.
- GARCÍA FERRANDO, M., IBÁÑEZ, J y Alvira F. COMPS. (2000) “*El análisis de la realidad social*”. Alianza Editorial. Madrid
- GARCÍA FERRANDO, M. (1979). “*Sobre el método. Problemas de investigación empírica en sociología*”. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- GARCÍA-CANCLINI, Néstor. (1997) “Los estudios culturales: elaboración intelectual del intercambio América Latina – Estados Unidos”, en Papeles de Montevideo, N. 1, junio 1997: cfr. Diálogo, dic. 2001.
- (1998) “*La globalización en pedazos: integración y rupturas en la comunicación*”, en Diálogos, N. 51. Caracas.
- GETINO, Octavio,. (2001) “*Las industrias culturales en el MERCOSUR: Apuntes para un proyecto de política de Estado*”. Colihue. Buenos Aires
- GIANI Juan José. (2010) “*200 Años construyendo la Nación*” Edit. Paso de los Libres.
- GONZÁLEZ REYNA. Susana. (1991) “*Periodismo de Opinión y Discurso*”. Editorial Trillas. México.

- GOMIS, Lorenzo.(1991) *“Teoría del Periodismo”*. Ed. Paidós. Barcelona.
- GRILLO, M. y C. Rusconi. (1999) *“Estudio de audiencias locales”*. CICOM. Serie Cuadernos de Temas y Problemas de Comunicación. Número 13. Argentina.
- HABERMAS, Jürgen (1997) *“Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructura de la vida pública”*. Ed. Gustavo Gili, Barcelona
- HERNÁNDEZ Navarro, L. (2009) *“La crisis de la prensa escrita”*, La Jornada, México.
- HERNÁNDEZ, Daniel (Comp.) (2004): *Crítica de la Economía Política. Comunicación, cultura y Sociedad de la Información*, Caracas: Ministerio de Ciencia y Tecnología.
- IGARTUA, J.J., (2006) *“Métodos cuantitativos en investigación en comunicación”*. Barcelona: Bosch
- KORNBLIT, Ana Lia (2004). *“Metodologías cualitativas en Ciencias Sociales”*. Edit. Biblos
- LANDA, Martha. *“Cuadernos de Sociología”*. Ed. Atenea. Córdoba.1993.
- LOMA-OSORIO FONTECHA, MARCIANA(2006). *“Estructura y función del texto económico : fundamentos de una léxico-gramática del discurso económico en español: Tesis (Doctoral)Universidad: Universidad Complutense de Madrid .*
- LÓPEZ, Manuel.(1995) *“Como se fabrican las noticias”*, Ed Paidós. Barcelona.
- (2004). *“Nuevas competencias para la prensa del siglo XXI.”* Buenos Aires. Paidos
- LÓPEZ, X, F. GALINDO y M. VILLAR (1998) *“El valor social de la información de proximidad”*. Revista Latina de Comunicación Social. N° 7. La Laguna.
- LÓPEZ, Pedro Luís, TÓRREZ, Yuri. (2003) *“¿Qué investigamos en comunicación?. Las primeras 200 tesis en la carrera de comunicación social de la Universidad Católica Boliviana Regional Cochabamba.”* Revista Punto Cero, Nro. 9. UCB. Cochabamba.
- LUNA, Manuel. (1997) *“Economía y Comunicación”*. Editorial Eudecor. Córdoba.
- MARTÍN VIVALDI, Gonzalo. (1978) *Géneros Periodísticos*. Editorial Paraninfo, Madrid.
- MASTRINI, Guillermo, Becerra, M. (2006) *“Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en America Latina”*. Prometeo Libros
- MASTINI, G y C. BOLAÑO (Eds) (1999) *“Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina”*. Biblos. Argentina. .
- MATTELART, Armand, Mattelart Michéle (2005) *“Historia de las teorías de la Comunicación”*. Paidos. España

- (2010) *“Historia de la Sociedad de la información”*. Paidós Comunicación. Edición revisada. Buenos Aires.
- (1998) *“La mundialización de la comunicación”*- Paidós. Bs.As.
- MCQUAIL, D. (2000). *“Introducción a la teoría de la comunicación de masas”*. Barcelona.Paidós.
- (1992) *“La acción de los medios”*. Amorrortu. Editores. Buenos Aires.
- MANNING, Paul (2001). *News and News Sources. A Critical Introduction*. Londres. Sage.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. (1987) *“De los medios a las mediaciones”*. México: Mac.G. Gili.
- (1996) *“Comunicación fin de siglo, ¿para dónde va nuestra investigación?”*.En Telos, N<sup>o</sup> 47, FUNDESCO, Madrid.
- (1998) *“De las hegemonías a las apropiaciones”*. Texto inédito.
- MENDEZ, Carlos.(1999) *“La opinión pública”* Ed. Ciudad Argentina, Buenos Aires.
- MOSCO, Vincent.(1996 *“The Political Economy of Communication. Rethinking and Renewal.”* London, SAGE.
- MURARO, Heriberto.(1998) *“Políticos, periodistas y ciudadanos”*. Ed. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- MCBRIDE, S. et al. (1980) *Many Voices, One World*. Report by the International Commission for the Study of Communication Problems. UNESCO. London.
- NOELLE-NEUMANN, Elizabeth.(1995) *“La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social”*. Ed. Paidós, Barcelona.
- NÚÑEZ LADEVEZE, Luis.(1995) *“Introducción al periodismo escrito”*. Ariel comunicación. Barcelona.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo, (1992) *“La investigación de la recepción y la educación para los medios: hacia una articulación pedagógica de las mediaciones en el proceso comunicativo.”* En Educación para la Comunicación: Manual Latinoamericano, ed. Martín Miranda. Santiago de Chile: CENECA.
- (1996) *“La investigación en la comunicación desde la perspectiva cualitativa”*. La Plata (BsAs): Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- OLIVEIRA, O y GARCIA, B. (1987); *“Encuestas ¿hasta dónde?”*. En Revista Mexicana de Sociología. México.

- OTHON Jambeiro; BOLAÑO, Cesar; BRITTOS, Valério (2004) “*Comunicação, Informação e Cultura*”. Eptic (Red de Economía Política de las tecnologías de la información y la Comunicación) EDUFBA (Salvador, Bahía)
- PARDINAS, Felipe (1994) “Metodología y técnicas de investigación en Ciencias Sociales” Siglo XXI Editores
- PRICE, Vincent. (1994) “*La opinión pública. Esfera pública y comunicación*” (Ed. Paidós, Barcelona.
- RAMONET, Ignacio (2003): “*Ser periodista hoy*”. En La tiranía de la comunicación. Ed. Debate
- SANMARTÓ, J.M. (2004), “*Mas allá de la noticia: el Periodismo interpretativo*” Barcelona, Ariel.
- SCHILLER, Herbert.(1987) “*Los manipuladores de cerebros*”. Barcelona, Gedisa.
- SORIA, Carlos (1990) “*La ética de la información económica*”, En Ética y problemas del periodismo económico. Actas del I Congreso Nacional de Periodistas de Información Económica. Cámara de Oviedo, Oviedo.
- STERNSCHEIN, Ariel.(2009) “*Orígenes del Periodismo Económico*”. Zona Bancos. [www.zonabancos.com](http://www.zonabancos.com).
- Secretaría de Cultura. Presidencia de la Nación. Boletín Informativo del Laboratorio de Industrias Culturales. Año 5. N° 19. Año 2010.
- TAYLOR, S- BOGDAN, R. (1987). “*Introducción a los métodos cualitativos de investigación*”. Barcelona: Paidós.
- TOURAINÉ, A. (1998) “*Comunicación Política y crisis de representatividad*”, El nuevo espacio público, Gedisa
- TORRICO V., Erick R. (2004) “*Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación.*” Grupo Editorial Norma. Colombia.
- VARA, Miguel “*Naturaleza y retos actuales de la información económica*”. En Cuadernos de Información, n° 19, 2006.
- VARA, M. y ARRESE, A. (2012) “*Fundamentos de Periodismo Económico*”. Manual sobre periodismo económico. Universidad de Navarra. España
- VARGAS Abril, Natividad. “*Periodismo de Opinión*”. (1999) Editorial Síntesis, Madrid.
- VERON, Eliseo (2005) “*Fragments of a fabric*”. Barcelona
- WALLERSTEIN Immanuel “*Teoría de Los Sistemas Mundo*”

- WAINERMAN, Catalina; SANTU Ruth (1998) “*La trastienda de la investigación*”. Editorial de Belgrano
- WOLF, Mauro. (1994) “*Los efectos sociales de los media*”. Ed. Paidós, Barcelona..
- WIMMER, R.D. – Dominik, J.R. (1996). “*La investigación científica de los medios de comunicación. Una Introducción a sus métodos*”. Barcelona: Bosch.
- YANES MESA, Rafael (2003) “*La noticia y la entrevista Una aproximación a su concepto y estructura*” .ÁMBITOS. N° especial 9-10. Universidad de La Laguna
- ZALLO, R.(2005). “*El regreso de la política cultural y comunicativa*”. Telos.
- \_\_\_(2002), “*Políticas culturales territoriales*”. E. Bustamante (coord). Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España. Barcelona. Gedisa.

# **ANEXO SELECCIÓN DE MATERIAL GRAFICO ANALIZADO**

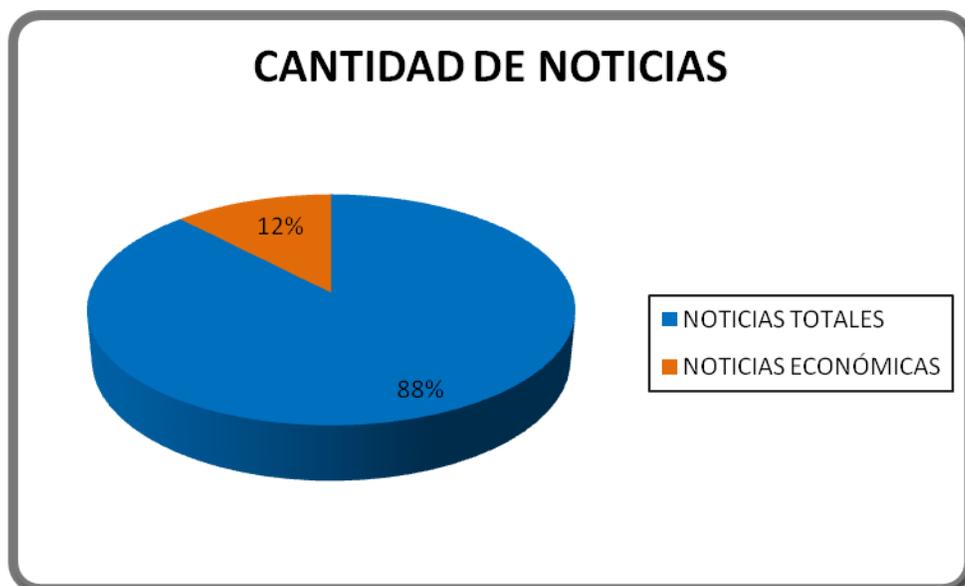
**DIARIO “LA VOZ DEL INTERIOR”**  
**SEMANA 24/08/2010 – 29/08/2010**

**MARTES 24 DE AGOSTO DE 2010**

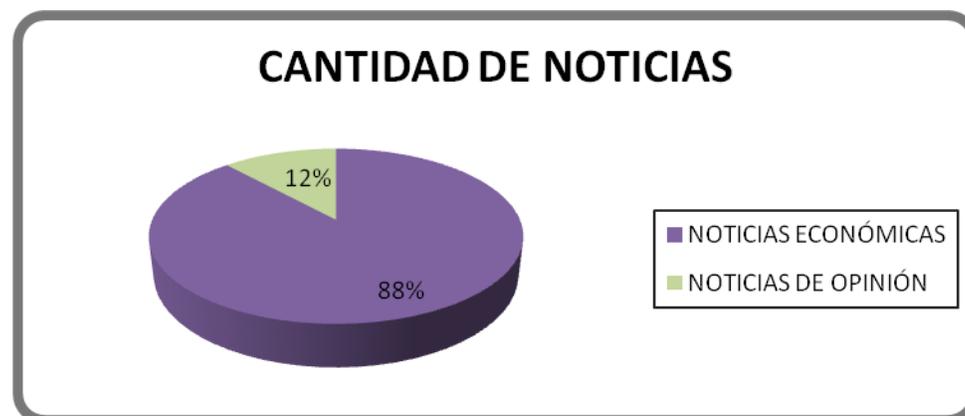
## **CONCLUSIONES EN GRÁFICOS:**

### **Tabla de Datos:**

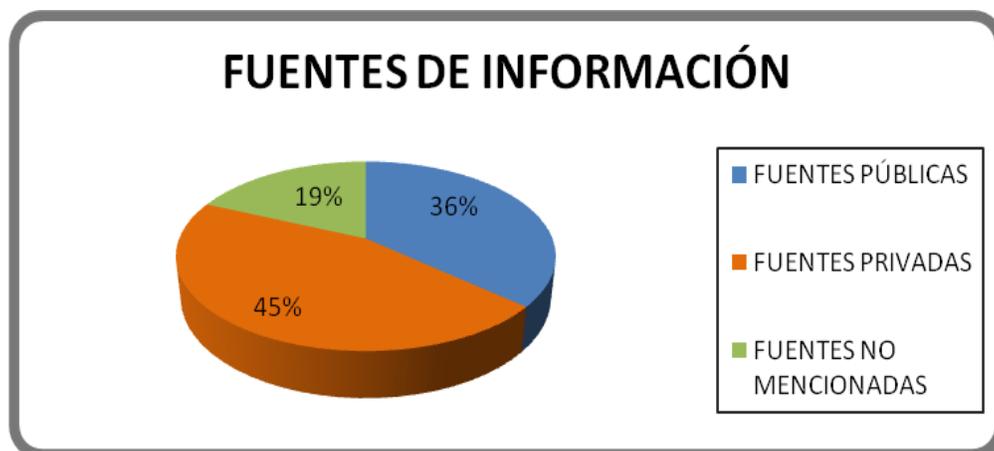
<b><u>NOTICIAS TOTALES</u></b>	<b><u>NOTICIAS ECONÓMICAS</u></b>
<b>7557</b>	<b>1046</b>



<u>NOTICIAS ECONÓMICAS</u>	<u>NOTICIAS DE OPINIÓN</u>
<b>1046</b>	<b>140</b>



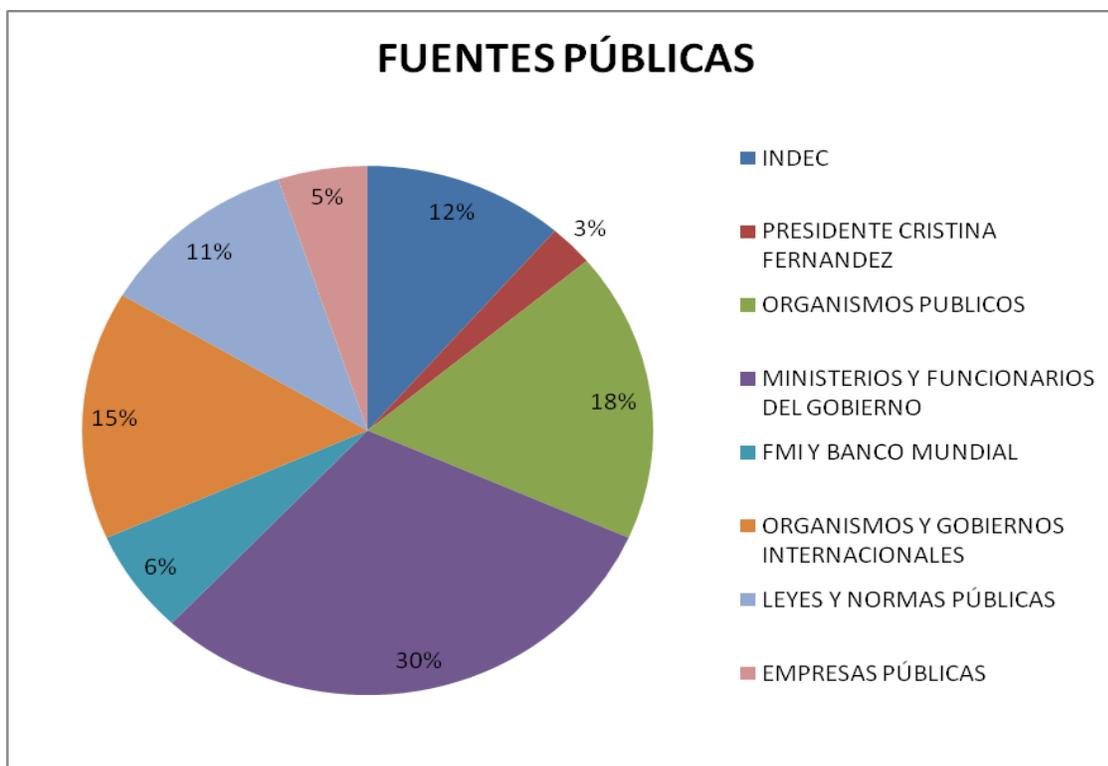
<u>FUENTES PÚBLICAS</u>	<u>FUENTES PRIVADAS</u>	<u>FUENTES NO MENCIONADAS</u>
<b>79</b>	<b>98</b>	<b>40</b>



### Tabla de Datos:

INDEC	<b>9</b>
PRESIDENTE CRISTINA FERNANDEZ	<b>2</b>
ORGANISMOS PUBLICOS	<b>14</b>
MINISTERIOS Y FUNCIONARIOS DEL GOBIERNO	<b>24</b>
FMI Y BANCO MUNDIAL	<b>5</b>
ORGANISMOS Y GOBIERNOS INTERNACIONALES	<b>12</b>
LEYES Y NORMAS PÚBLICAS	<b>9</b>
EMPRESAS PÚBLICAS	<b>4</b>
<b>Total</b>	<b>79</b>

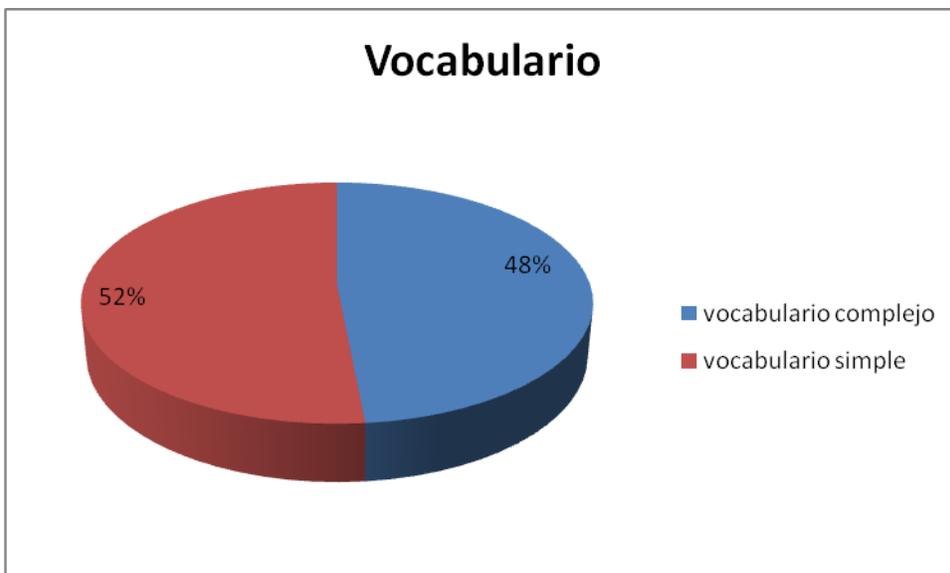
### Sistematización de Fuentes Públicas:



**Tabla de datos:**

<b>NOTICIAS TOTALES: 137 NOTICIAS</b>	
<b><u>Con vocabulario complejo</u> 67 noticias</b>	<b><u>Con vocabulario simple</u> 70 noticias</b>

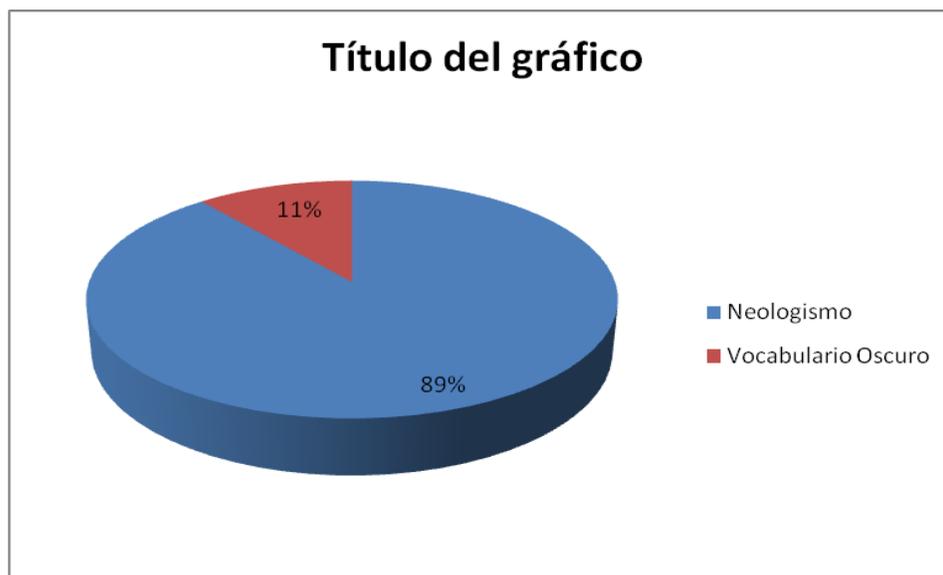
**Sistematización de Vocabulario:**



**Tabla de datos:**

<b>VOCABULARIO COMPLEJO: 67 NOTICIAS</b>	
<b><u>Con neologismo:</u></b> <b>60 noticias</b>	<b><u>Con vocabulario oscuro:</u></b> <b>7 noticias</b>

**Sistematización de Vocabulario:**



**Tabla de datos:**  
**Agenda**

**Económica**

<b>ALCANCE</b>	<b>CANTIDAD</b>
----------------	-----------------

<b>Internacionales</b>	<b>14</b>
<b>Nacionales</b>	<b>11</b>
<b>Locales</b>	<b>11</b>
<b>Total</b>	<b>36</b>

**Sistematización Agenda Económica:**



**DIARIO LA VOZ DEL INTERIOR**

2012

A) Porcentaje sobre el total de notas económicas que representan las notas de opinión

Gráfico 1 : Gáfico de Torta para el total de notas de opinión de todas las notas económicas en el diario La Voz del Interior para el mes de agosto 2012.

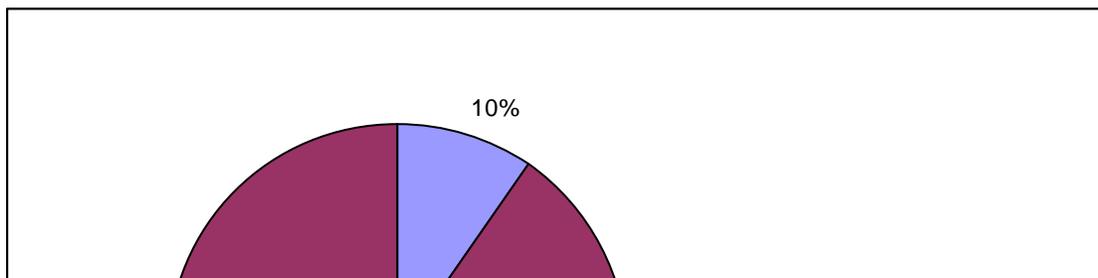
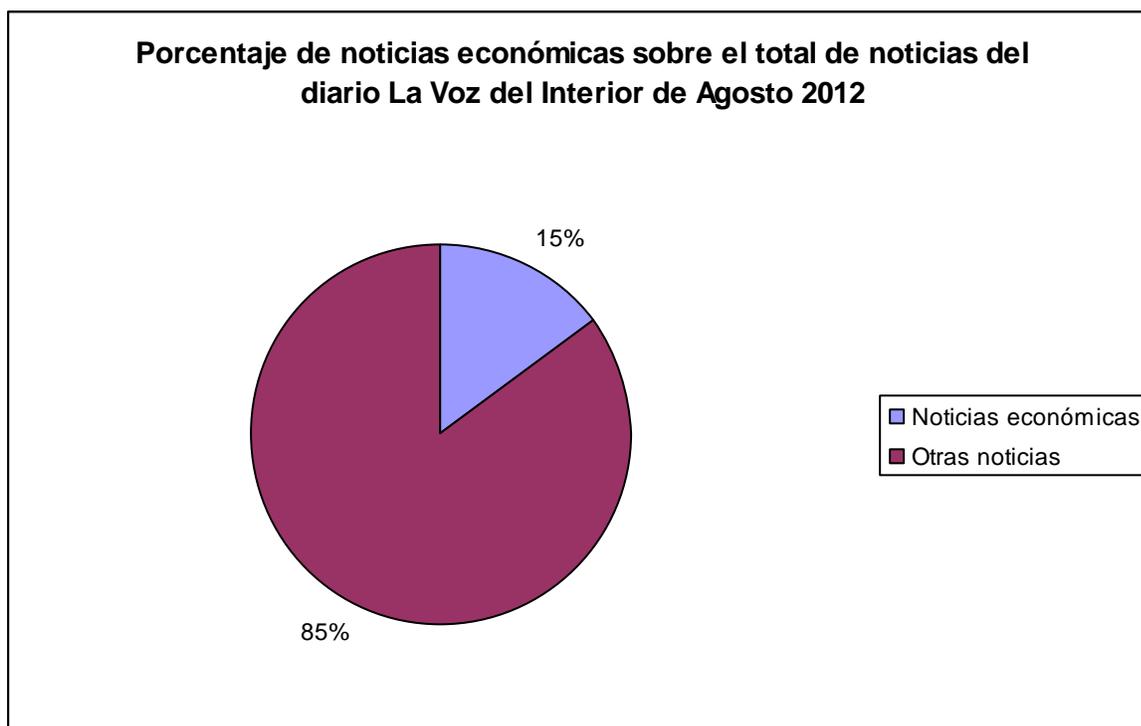


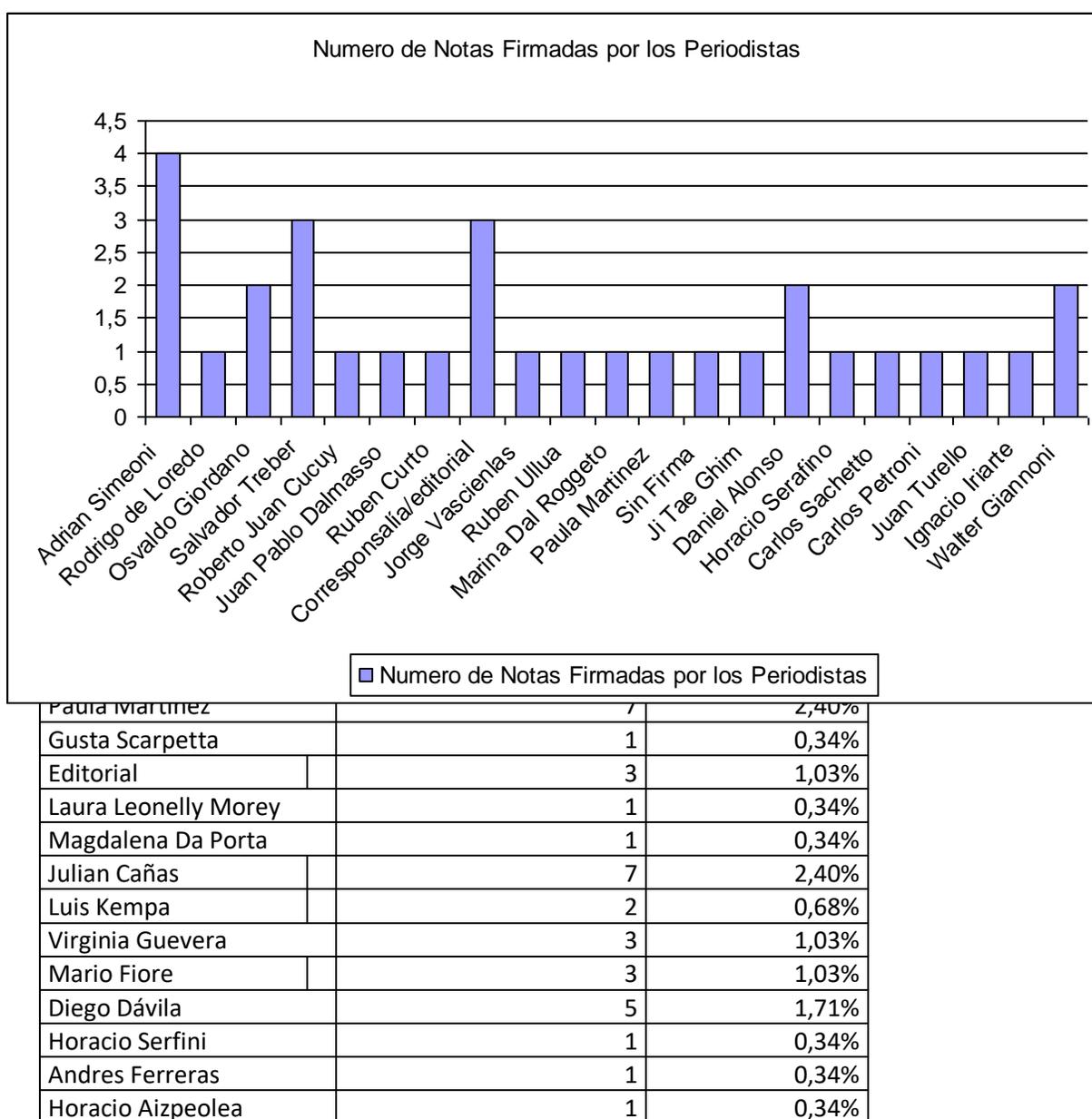
Gráfico 2:



Salvador Treber	Columnista. 3	9,60%
Roberto Juan Cucuy	1	3,22%
Juan Pablo Dalmasso	De la redacción 1	3,22%
Ruben Curto	1	3,22%
Corresponsalía/editorial	De la redacción 3	9,60%
Jorge Vascienlas	1	3,22%
Ruben Ullua	1	3,22%
Marina Dal Roggeto	1	3,22%
Paula Martinez	De la redacción 1	3,22%

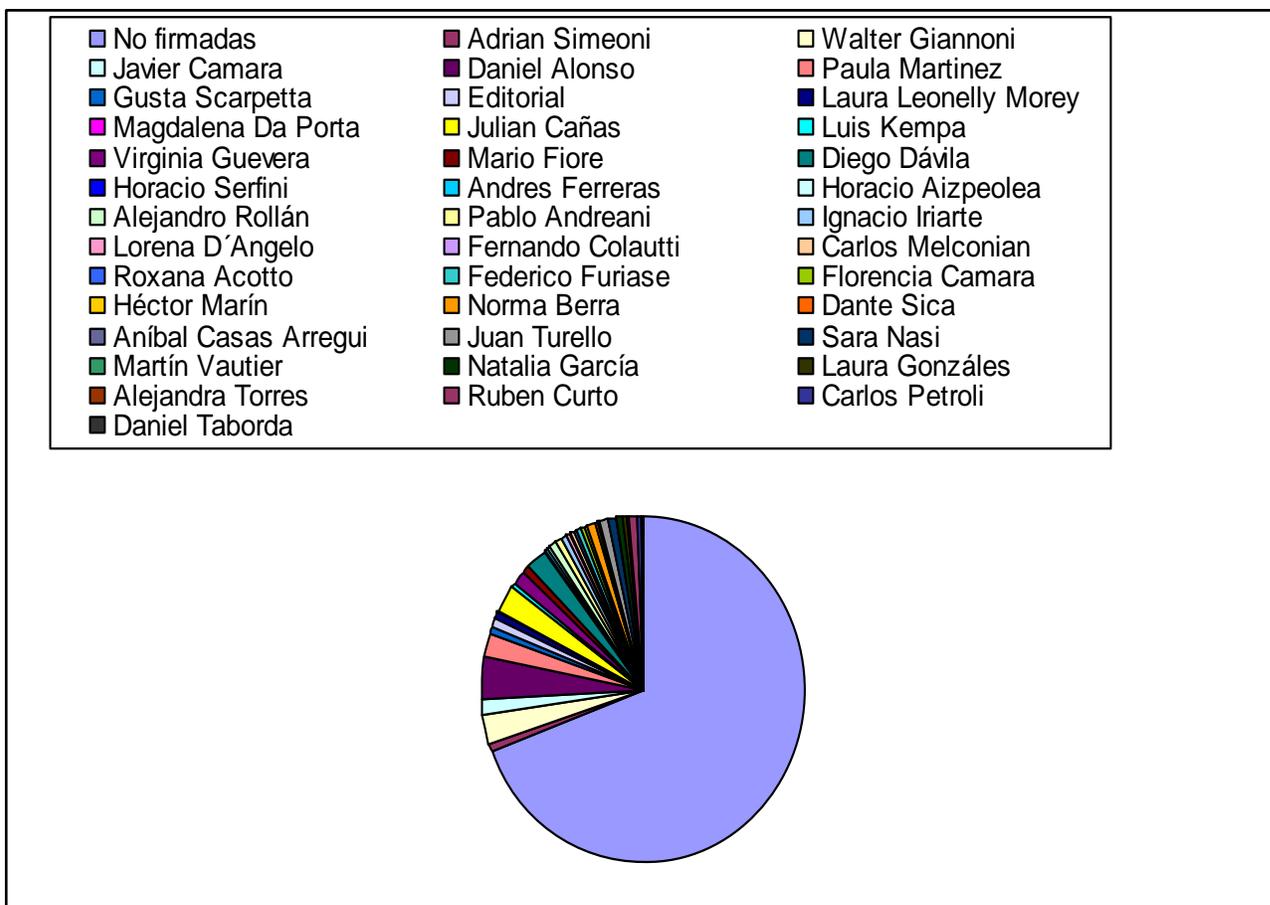
Sin Firma	1	3,22%
Ji Tae Ghim	1	3,22%
Daniel Alonso	2	6,40%
Horacio Serafino	1	3,22%
Carlos Sachetto	1	3,22%
Carlos Petroni	De la redacción 1	3,22%
Juan Turello	De la redacción 1	3,22%
Ignacio Iriarte	1	3,22%
Walter Giannoni	De la redacción 2	6,40%
Total	31	Aprox 100%

Gáfico 3: Numero de notas de opinión firmadas por los distintos periodistas



Alejandro Rollán		2	0,68%
Pablo Andreani		2	0,68%
Ignacio Iriarte		1	0,34%
Lorena D'Angelo		1	0,34%
Fernando Colautti		1	0,34%
Carlos Melconian		1	0,34%
Roxana Acotto		1	0,34%
Federico Furiase		1	0,34%
Florencia Camara		1	0,34%
Héctor Marín		1	0,34%
Norma Berra		2	0,68%
Dante Sica		1	0,34%
Aníbal Casas Arregui		1	0,34%
Juan Turello		2	0,68%
Sara Nasi		2	0,68%
Martín Vautier		1	0,34%
Natalia García		1	0,34%
Laura González		1	0,34%
Alejandra Torres		1	0,34%
Ruben Curto		2	0,68%
Carlos Petroli		1	0,34%
Daniel Taborda		1	0,34%
Total		291	99,83%

Grafico 4: Porcentaje de notas económicas sin tener en cuenta las de opinión firmadas



#### Formación Profesional de los Firmantes

**Roxana Acotto:** Periodista, Co-Editora del suplemento Economía y Negocios del diario La Voz del Interior y conductora del micro televisivo Economix.

**Diego Ávila:** Jefe de Tecnología y Servicios IT en Exolgan Container Terminal

**Norman Berra (especial):** Licenciado en Comunicación en Delfos, La Voz del Interior, Colegio Universitario de Periodismo, ISAD. Estudió además en la Universidad Nacional de Córdoba e integra un grupo en la Escuela de Ciencias de la Información -UNC-

**Dante Sica:** Es licenciado en economía. Experto internacional en desarrollo, política industrial y negociaciones internacionales.

**Aníbal Casas Arregui:** presidente de S&C inversiones SBSA.

**Juan Turello:** Analista económico en Cadena 3, Periodista, analista de temas económicos/políticos en La Voz del Interior.

**Paula Martínez:** PERIODISTA, analista de Organización y Proceso en el Banco Hipotecario.

**Sara Nasi:** Además es productora en Economix, y colaboradora Externa en los diarios La Voz del Interior y La Nación.

**Daniel Lempert:** Es presidente de el Cluster Córdoba Technology,

**Martín Vauthier:** Analista de Estudio Bein & Asociados.

**Walter Giannoni:** Periodista Política y Negocios en La Voz del Interior SA

**Julián Cañas:** Periodista de la sección Política del diario La voz del Interior.

**Daniel Alonso:** Diseñador, coordinador at DISDA – Recursos Multimedia

**Virginia Guevara:** Coeditora de Política y Negocios. Columnista de La Voz del Interior.

**Simioni A.:** Columnista en Política y Negocios.

**Garrello N:** Periodista

**Kempa Luis:** Periodista especializado en Economía

**Dávila O:** Periodista y Docente.

**Adriani P:** Propietario, Consultora AGRIPAC y Gerente de Compras.

**Martín P:** Analista de Organizaciones y Procesos en el Banco Hipotecario.

**Javier Camara:** Diplomado en Periodismo Político

**Laura González:** Periodista Especializada en Economía.

**Mario Fiore:** Periodista.

**Fernando Colautti:** Periodista Columnista en Política.

**Alejandro Rollán:** Periodista.

**Héctor Marín:** Periodista Política y Negocios.

**Anibal Casas Arregui:** Periodista Economía

C) Fuentes utilizadas y porcentaje de consulta de las mismas

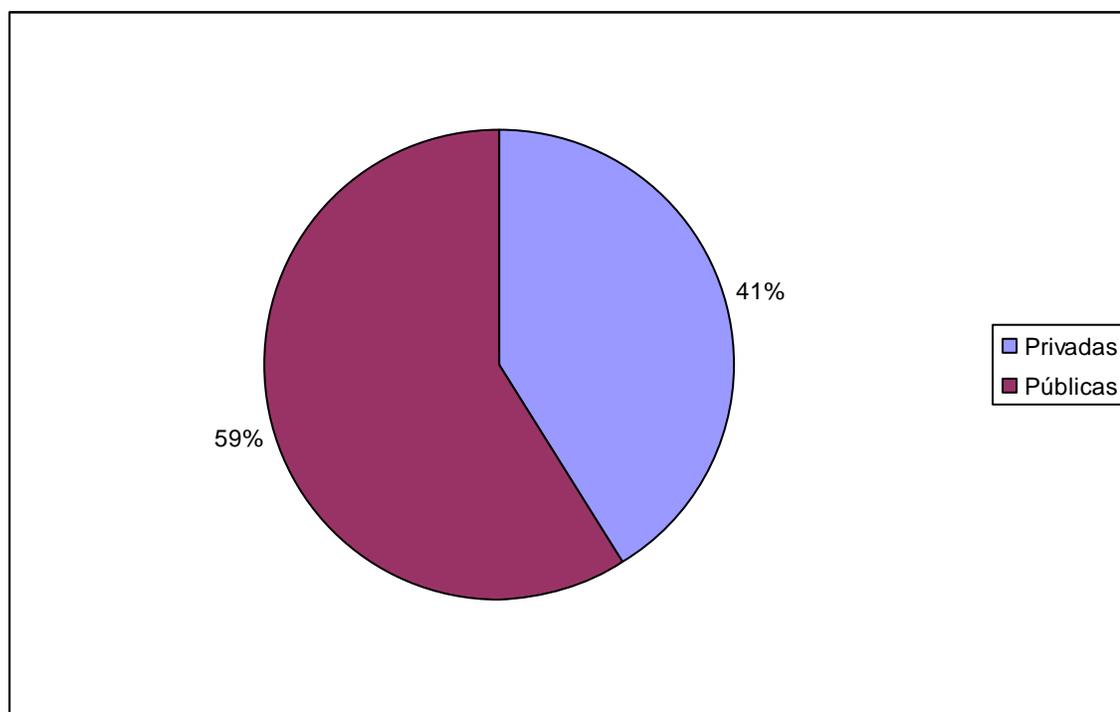
Notas económicas con sin fuentes

	Numero de noticias	Porcentaje
Noticias con Fuentes	284	88,19%
Noticias sin fuentes	38	11,8%

Fuentes consultadas Públicas y privadas

	Numero de fuentes
Privadas	277
Públicas	397

Gráfico 5: Porcentaje de fuentes públicas y privadas en los artículos de economía del mes de agosto

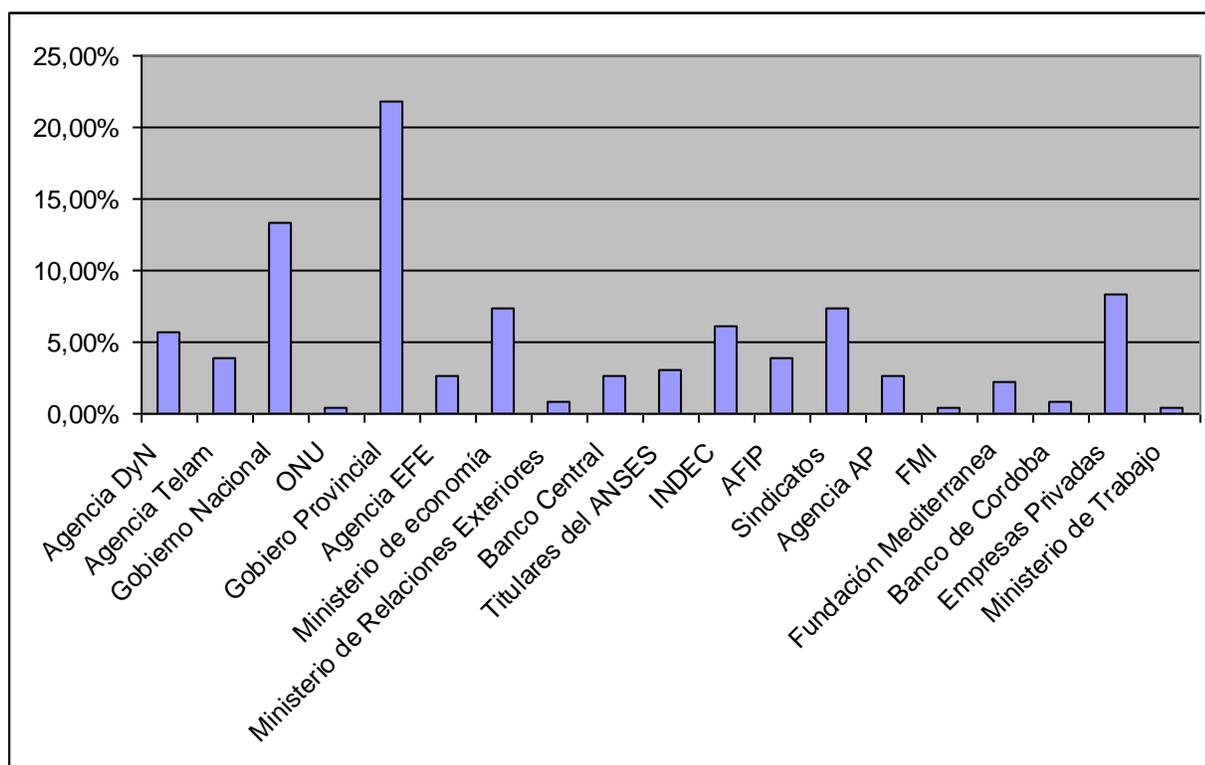


Agencia DyN	17	5,68%
Agencia Telam	9	3,93%
Gobierno Nacional	40	13,37%
ONU	1	0,43%
Gobierno Provincial	50	21,83%
Agencia EFE	6	2,62%
Ministerio de economía	17	7,40%
Ministerio de Relaciones Exteriores	2	0,87%
Banco Central	6	2,62%
Titulares del ANSES	7	3,05%
INDEC	14	6,11%
AFIP	9	3,93%
Sindicatos	17	7,40%
Agencia AP	6	2,62%
FMI	1	0,43%
Fundación Mediterranea	5	2,18%
Banco de Cordoba	2	0,87%
Empresas Privadas	19	8,29%
Ministerio de Trabajo	1	0,43%

Fuentes Privadas	Fuentes Publicas
Agencia DyN	Agencia Telam

Agencia EFE	Gobierno Nacional
Sindicatos	ONU
Agencia AP	Gobierno Provincial
Fundacion Mediterranea	Ministerio de economia
Empresas Privadas	Ministerio de Relaciones Exteriores
	Banco Central
	Titulares de ANSES
	INDEC
	AFIP
	FMI
	Banco de Cordoba
	Ministerio de Trabajo

Gráfico 6: Porcentaje consulta de las fuentes consideradas recurrentes en los artículos de La Voz del Interior del agosto 2012



D) Listado de palabras técnicas utilizadas

-« Blue »  
-default

En general los artículos son entendibles, no hay muchas palabras técnicas o difíciles de comprender para el público en general.

E) Neologismos

-Valor FOB  
-Parking

- Off set
- tandem
- free flow
- accountability

F) Lista de Temas y Agenda Económica

Temas Recurrentes	Diarios con esta temática recurrente	Tipo de información
Finanzas provinciales : cooparticipacion y jubilaciones	6	Provincial
Crisis en Europa	1	Internacional
Cepo Cambiario	4	Nacional
Problemas concesionarios: motos y autos	2	Provincial
Precio de la Soja	3	Nacional
Canasta Alimentaria	1	Nacional
Bloqueo a las importaciones	3	Nacional
Tasa Vial	8	Provincial
Cargos a compras en el exterior	1	Nacional
Campo, conflicto de lecheros, maiz, politicas impositivas etc..	1	Nacional

Provincial: 16 -Internacional: 2 -Nacional: 12

Gráfico 7: Porcentaje de temas provinciales, nacionales e internacionales en el diario La Voz del Interior de Agosto

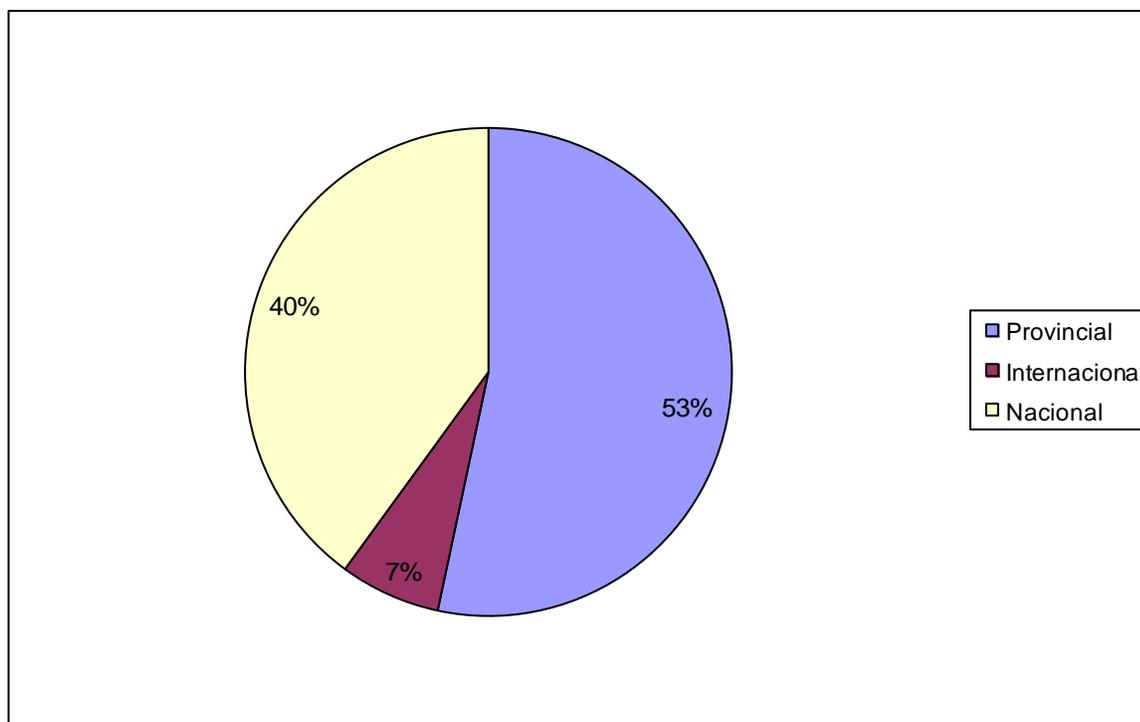
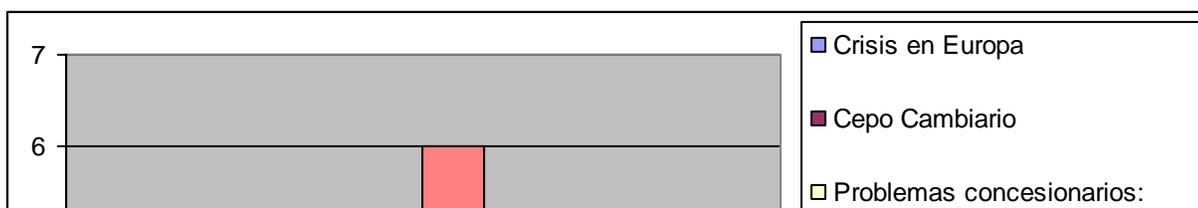


Gráfico 8: Temáticas más frecuentes en La Voz del Interior de Agosto 2012



El diario La Voz del Interior, es en Córdoba el medio gráfico más leído, tanto en papel prensa como en su versión online. Ello nos permite suponer que la información económica brindada por este diario es de credibilidad, confianza y un arraigado profesionalismo por parte de sus periodistas, que se ven comprometidos en cumplir un compromiso social muy importante, no solo por la ética moral que deben tener, sino también por la popularidad que el diario ha formado dentro de la región.

Se puede destacar una clara preponderancia de información económica, que solo se caracteriza en su forma noticiosa informante, sin aspectos subjetivos, que no se destaca por una objetividad e imparcialidad completa, y también porque, en general, una NOTICIA ECONOMICA, no da lugar a subjetividades o nociones ideológicas propias del autor, de lo que se debería hacer, sino más bien, informan, tal cual pasa en la realidad. De las noticias económicas del género de OPINION, puede destacarse varios aspectos. Entre ellos podemos decir, que los artículos de opinión aparecen todos firmados (articulando un poco con el tema de la redacción de noticias), con mucho predominio de profesionales con estudios universitarios de periodismo y comunicación. Destacamos la presencia de vastísima cantidad de noticias locales/regionales sobre las de carácter nacional, y el diario hace un énfasis muy profundo en las temáticas provinciales. Encontramos a profesionales con formación periodística y en comunicación social, que complementan con especializaciones en economía, negocios, empresa o política, pero que se destacan por ser periodistas. No es muy abundante el número de vocablos técnicos de economía complejos o neologismos del diario La Voz, que como mucho habrá introducido menos de 15 términos semi-complejos dentro del mes analizado.

**DIARIO LA NACION 2012**

Diario “LA NACION” del mes de Julio de 2012 con sus respectivos suplementos económicos (no se tuvieron en cuenta los demás suplementos del periódico).

El trabajo consta de un análisis del periódico teniendo en cuenta las notas económicas, el género de las mismas, sus respectivos autores y fuentes citadas, como así también vocabulario específico, origen de las noticias y las temáticas tratadas por el mismo.

Mediante este análisis y recopilación de datos e información acerca de la prensa gráfica en relación con la economía tanto local, nacional como internacional podemos comprender la dimensión y la importancia que tiene el correcto tratamiento de la información en cuanto a una disciplina tan importante y necesaria como es la economía que por este medio llega a las manos de especialistas, entendidos, profesionales y también de lectores comunes y familias quienes confían en la veracidad y objetividad del medio y se informan a través de los análisis detallados, notas y entrevistas que este medio ofrece. En el particular caso del periódico LA NACION se encuentra un suplemento especialmente dedicado a la economía, nacional y global, que se presenta en formato sábana de lunes a domingo y ofrece noticias, entrevistas, notas de interés, análisis columnas y notas de opinión de especialistas, en su mayoría periodistas, acerca de temas tan variados como es posible en la economía. En base a estos datos se realiza el informe que se presenta a continuación.

## MATERIAL GRÁFICO – DIARIO DE LA NACIÓN – MES DE JULIO

---

DIA	CANTIDAD DE NOTICIAS EN EL CUERPO + SUPLEMENTO	CANTIDAD NOTICIAS ECONOMICAS
1	74	27
2	47	11
3	52	12
4	50	10

---

Tesis doctoral Ana Emaides

En esta tabla se puede observar cómo, a lo largo del mes de Julio del corriente año, va variando la cantidad de noticias sobre economía.

En total se analizaron 31 diarios y 1906 noticias. De estas últimas se trabajaron sólo con 657 cuya temática era económica. Hablando de porcentajes, podemos afirmar que en el período del mes de julio un 34,70% de las noticias del Diario La Nación hacían referencia a la economía a nivel local, nacional o internacional. En el próximo gráfico se presentarán los porcentajes.

Los cálculos, en la tabla, demuestran que el promedio fue de 21 noticias por día. En adición a esto, la jornada que presentó más noticias económicas fue la del Miércoles 25, con 37. Y la menor el Lunes 16, con sólo 6 noticias.

5	51	13
6	58	14
7	46	13
8	66	25
9	58	13
10	57	17
11	55	18
12	67	21
13	74	27
14	53	18
15	86	34
16	45	6
17	59	21
18	68	21
19	62	20
20	64	20
21	67	15
22	68	24
23	49	14
24	76	35
25	72	37
26	64	34
27	79	33
28	28	14
29	69	27
30	67	28
31	75	35
<b>TOTAL MES</b>	<b>1906</b>	<b>657</b>
<b>% MES</b>	<b>65%</b>	<b>34,70%</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>21</b>
<b>MÁXIMO</b>		<b>37</b>
<b>MÍNIMO</b>		<b>6</b>



Aquí podemos observar el porcentaje que presentan las noticias económicas dentro del diario, cómo es de gran importancia esta sección. Teniendo en cuenta que en otros temas entrarían policiales, política, espectáculos, culturales, temas generales, suplementos, etc.



Arriba podemos visualizar con mayor facilidad mediante un gráfico lineal, cómo fue cambiando la variable. El eje horizontal corresponde a los días del mes de Julio 2012, y el vertical a la cantidad de noticias.

## FUENTES CITADAS

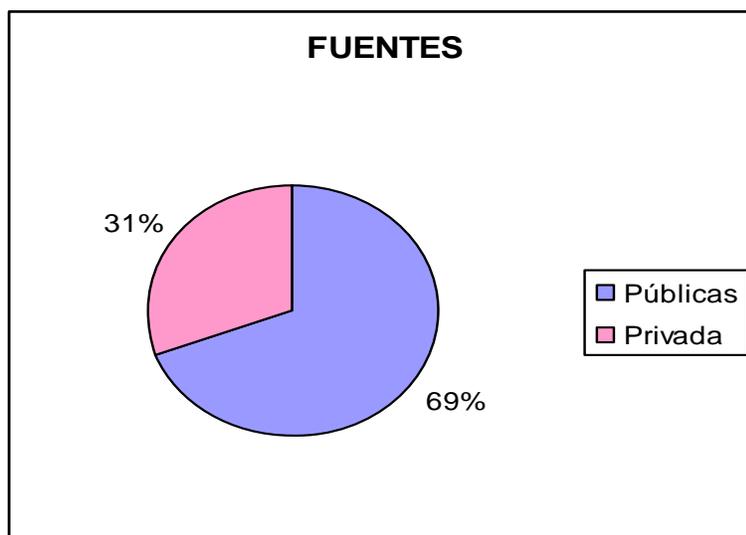
FUENTES	CLASIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD DE VECES CITADA
Presidente Cristina F de Kirchner	PÚBLICA	Presidente actual de la República Argentina.	22
Amado Boudou	PÚBLICA	Es un economista y político argentino. Actualmente ejerce como Vicepresidente de la Nación Argentina.	8
Juan Manuel de la Sota.	PÚBLICA	Es un abogado y político argentino, perteneciente al Partido Justicialista, actualmente ejerce como gobernador en la Provincia de Córdoba.	5
Instituto nacional de estadística y censos (INDEC)	PÚBLICA	Organismo público, de carácter técnico, que unifica la orientación y ejerce la dirección superior de todas las actividades estadísticas oficiales que se realizan en el territorio de la República Argentina	15
Banco Central de la República Argentina (BCRA)	PÚBLICA	Es el organismo rector del sistema financiero de la Argentina, encargado de la política monetaria del país	18
Presidente del BCRA, Mercedes del Pont.	PÚBLICA	Mercedes Marcó del Pont , es una economista, es presidenta del Banco de la Nación Argentina y actualmente es la presidenta del Banco Central de la República Argentina.	3
Fondo Monetario Internacional (FMI)	PÚBLICA	Su creación como tal fue en 1945. Sus estatutos declaran como principales objetivos la promoción de políticas cambiarias sostenibles a nivel internacional, facilitar el comercio internacional y reducir la pobreza	9
Ministerio de Economía	PÚBLICA	Es un organismo que se encarga, de acuerdo al Artículo 3° del Decreto 2025/2008 de: "Asistir al Presidente de la Nación y al Jefe de Gabinete de Ministros, en orden a sus competencias, en todo lo inherente a la política económica, a la administración de las finanzas públicas, el comercio interior y a las relaciones económicas, financieras y fiscales con las provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires".	10
Instituto de estadísticas y registro de construcción (IERIC)	PÚBLICA	Es un organismo que tiene como objeto atender a la realización de actividades de censo, estadística y registro en el sector de la construcción, y demás funciones que pudiere encomendarle el Gobierno Nacional.	3
Banco Central Europeo	PÚBLICA	El Banco Central Europeo (BCE) es el	5

		banco central de la Unión Europea, la administración que administra la política monetaria de los 17 estados miembros de la Eurozona.	
Consultora Economics	PRIVADA	IT & Economics es una prestigiosa consultora constituida por profesionales con probada capacidad en la oferta de servicios a organismos públicos y empresas privadas.	2
Consultora Ecolatina	PRIVADA	Ecolatina es una consultora con 35 años de trayectoria. Asesora a sus clientes para optimizar la performance de sus negocios.	3
Consultora Deloitte	PRIVADA	Es un organismo que ofrece a sus clientes la posibilidad de contar con un servicio de asesoramiento económico financiero integral, a cargo de un prestigioso grupo de economistas. A partir del seguimiento de la realidad macroeconómica y la evolución de los principales sectores de la economía argentina, nuestros servicios permiten reducir la incertidumbre bajo la cual se toman decisiones.	2
USDA ( United Status Departamento f Agricultura)	PÚBLICA	El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos ,es una unidad ejecutiva del Gobierno Federal de EE.UU. Su propósito es desarrollar y ejecutar políticas de ganadería, agricultura, alimentación.	6
TELAM Agencia	PRIVADA	Es una <u>agencia de noticias</u> nacional de la <u>República Argentina</u> , Provee información periodística a unos 2800 abonados, entre los que se incluyen medios de prensa nacionales e internacionales y oficinas gubernamentales nacionales, provinciales y municipales.	3
Reuters	PRIVADA	Reuters Group Limited, es una agencia de noticias con sede en Reino Unido, conocida por suministrar información a medios de comunicación y mercados financieros.	3
AFIP (Administración Federal de Ingresos Públicos)	PÚBLICA	La Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) es un organismo autárquico del <u>Estado argentino</u> dependiente del <u>Ministerio de Economía</u> . Es el encargado de la aplicación, percepción, recaudación y fiscalización de las rentas e impuestos nacionales.	5
ANSES(Administra ción Nacional de la Seguridad Social)	PÚBLICA	Es un ente descentralizado de la administración pública nacional de la Argentina dependiente del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social que gestiona las prestaciones de seguridad social.	5
Agencia calificadora Moody's	PRIVADA	Son empresas que, por cuenta de un cliente, califican unos determinados productos financieros o activos ya sean de empresas,	2

		estados o gobiernos regionales	
Unión obrera de construcción.	PRIVADA	Es el sindicato que agrupa a los trabajadores de la industria de la construcción en la República Argentina.	2
Telefónica S.A	PRIVADA	Es una empresa española operadora de servicios de telecomunicaciones	3

Fuentes (MINISTROS)	Clasificación	Descripción	Cantidad de veces repetida
De economía de Alemania, Wolfgang Schäuble	PÚBLICA	Es un abogado y político alemán, miembro de la Unión Demócrata Cristiana (CDU). En la actualidad, es ministro federal de Finanzas.	4
De economía de España, Luis de Guindos	PÚBLICA	Es un economista y actual ministro de Economía y Competitividad español	4
De economía de Francia Pierre Moscovici	PÚBLICA	Es un político francés miembro del <u>Partido Socialista</u> , elegido como ministro de Economía.	2
Primer ministro de economía de Francia Jean-Marc Ayrault	PÚBLICA	Es un político francés, miembro del Partido Socialista, nombrado actualmente como primer ministro.	2
Vice de economía Axel Kicillof	PÚBLICA	Es un economista argentino, docente e investigador. Actualmente se desempeña como Secretario de Política Económica y Planificación del Desarrollo, del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas.	2
De economía Hernán Lorenzino	PÚBLICA	Es un <u>abogado</u> y <u>político argentino</u> . Desde el <u>10 de diciembre de 2011</u> es el <u>Ministro de Economía y Finanzas Públicas</u> de su país.	2

## GRÁFICO REPRESENTATIVO



## NOTAS DE OPINIÓN Y ANÁLISIS

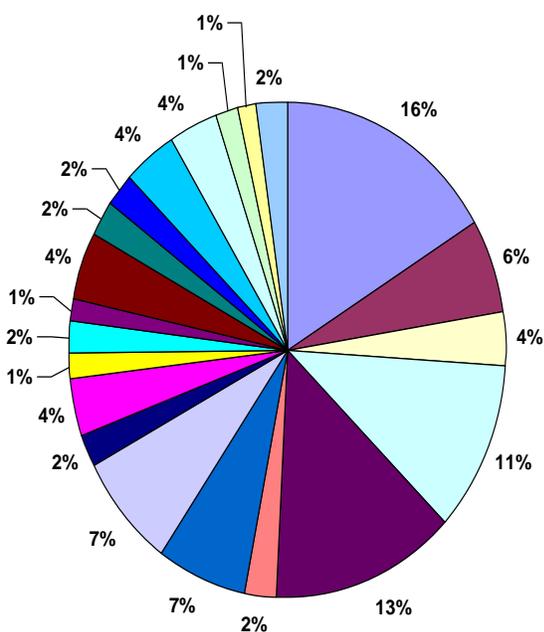
DÍA	CANTIDAD DE NOTICIAS ECONÓMICAS	CANTIDAD DE NOTAS DE OPINIÓN Y ANÁLISIS
1	27	5
2	11	2
3	12	0
4	10	0
5	13	1
6	14	2
7	13	0
8	25	5
9	13	3
10	17	4
11	18	3
12	21	2
13	27	1
14	18	0
15	34	5

En la tabla de la izquierda podemos ver la cantidad de notas de opinión y análisis que se publicaron por día a lo largo del mes de Julio del corriente año en el Diario La Nación.

Si analizamos los datos del final de la tabla podemos constatar la cantidad de notas de opinión en este medio gráfico, el promedio de notas de opinión publicadas por día es de una sola. Y, por lo tanto, el porcentaje que representan las notas de opinión y análisis entre el total de noticias económicas es tan solo del 8,1%.

Además, es válido destacar que el día 29 de julio el Diario La Nación publicó el máximo de notas de opinión publicadas en el mes, con un total de 7 notas para aquel día.

## FUENTES Y SUS PORCENTAJES



16	6	0
17	21	2
18	21	1
19	20	1
20	20	3
21	15	0
22	24	3
23	14	0
24	35	0
25	37	0
26	34	0
27	33	1
28	14	1
29	27	7
30	28	0
31	35	1
TOTAL MES	657	53
% MES		8,1%
PROMEDIO		1 POR DÍA
MÁXIMO		7
MÍNIMO		0

## LA FIRMA DE LAS NOTAS ¿PERIODISTAS O ECONOMISTAS?

Autores y/o redactores de las noticias	Profesión	Cantidad de veces que apareció el autor
JOSÉ HIDALGO PALLERES	Economista, periodista novato y prospecto de escritor	14
SILVIA PISANI	Corresponsal de EEUU	6
JAVIER BLANCO	Periodista	15
CHARLES FORELLE	Periodista	1
DAVID ROMÁN	Periodista	3
SIMON HALL Y CHIP CUMMINS	Periodistas	1
GEOFFREY T. SMITH, TOM FAIRLESS Y SANTIAGO PEREZ	Periodistas	1
ALBERTO BORRINI	Periodista	1
LAURA LUCCHINI	Periodista	1
ADRIAN SACK	Comunicador Social	4
LUISA CORRADINI	Corresponsal de Francia	1
FLORENCIA DONOVAN	Analista financiera	5
SILVIA STANG	Periodista de la sección economía.	9
MARTIN KANENGUISER	Periodista	5
FERNANDO BERTELLO	Periodista	7
JON HILSERATH	Corresponsal jefe de economía The Wall Street	1

	Journal.	
SUZANNE KAPNER	Periodista	1
MIKE RAMSEY	Periodista	1
VALERIA MUSSE	Corresponsal de La Plata	3
ROBERTO SEIFERT	Periodista	5
ALFREDO SAINZ	Periodista económico	21
POLYA LESOVA	Periodista	1
SAM SCHECHNER Y KATE LINEBAGH	Periodistas, reporteros	1
JOSE E. BORDON	Periodista	1
BRIAN BLACKSTONE Y WILLIAM HOROBIN	Periodistas	1
SHAYNDI RAICE	Periodista	1
DIEGO CABOT	Periodista y abogado	7
ALBERTO ARMENDARIZ	Corresponsal en Brasil	1
CARLOS MANZONI	Periodista y abogado.	3
LUJAN SCARPINELLI	Periodista	19
SABRINA CORUJO	Licenciada en Economía	1
LIZ ALDERMAN	The New York Times	1
MARILINA ESQUIVEL	Licenciada en periodismo	1
PAULA URIEN	Periodista	3
FRANCISCO JUEGUEN	Licenciado en Comunicación Social y Periodismo.	9
MARCELO VENERANDA	Periodista	1
ROBBIE WHELAN	Periodista	1
JESSICA E. VASCELLARO	Periodista	1
JORGE OVIEDO	Periodista	7
DANIEL GUSTAVO MONTAMAT	Fue presidente de YPF y Secretario de Energía de la Nación	1
ALEJANDRO MELAMED	Economista, autor de empresas.	2
NESTOR O. SCIBONA	Periodista	8
JEFFREY D. SACHS	Profesor de economía y director del Instituto de la Tierra de la Universidad de Columbia.	1
CARLOS MELCONIAN	Economista	1
DIEGO CABOT	Periodista	5
JORGE MOSQUEIRA	Colaborador permanente de la Nación, Licenciado en relaciones Laborales.	6
MATIAS GHIDINI	Gerente de operaciones de la consultora Ghidini- Rodil.	1
MARTIN DINATALE	Periodista político	1
JUAN CARLOS DE PABLO	Periodista	3
FRANCISCO OLIVERA	Gerente financiero	2
KATHERINE VILLAVICENCIO	Periodista	4
ALEJANDRO REBOSSIO	Columnista de economía del Diario El País	1
ALDO M. ABRAM	Lic. y Máster en Ciencias Económicas	1
MARTIN FELDSTEIN	Presidente emérito del National Bureau of Economic Research	1

ALEJANDRA FERNÁNDEZ	Analista económica	1
HAROLD JAMES	Profesor de Historia y Asuntos Internacionales en la Universidad de Princeton	1
ROBERTO FRENKEL	Investigador titular del Cedes y profesor de la UBA	1
LUIS SECCO	Economista y director de Perspectivas Económicas	1
NOURIEL ROUBINI	Presidente de Roubini Global Economics	1
FERNANDO LABORDA	Jefe de Editoriales y columnista político del diario	2
ANTON TROIANOVSKI Y SVEN GRUNDBERG	Reporteros de The Wall Streer Journal	1
SUDEEP REDDY	Periodista de The Wall Street Journal	1
PABLO SIRVEN	Periodista	1
CARLOS MELCONIAN	Economista	1
ANDRES OPPENHEIMER	Periodista	1
MARTIN REDRADO	Miembro del Tribunal de Solución de Controversias de la OMC	1
SEBASTIAN LALAURETTE	Periodista	1
MIKE ESTERL	Periodista de The Wall Street Journal	1
STACY MEIGHTRY	Periodista de The Wall Street Journal	1
BOB DAVIS	Periodista de The Wall Street Journal	2
DANIEL MICHAELS	Periodista de The Wall Street Journal	1
JAY SALOMON	Periodista de The Wall Street Journal	1
KEITH JOHNSON	Periodista de The Wall Street Journal	1
JOHN LYONS	Periodista de The Wall Street Journal	1
DANTE A. ROFI	Periodista	1
GUILLERMO NIELSEN	Ex secretario de Finanzas y ex embajador en Alemania	1
MOISES NAIM	Columnista venezolano	1

Como reflexión ante esta tabla que nos presenta la lista de periodistas o economistas que escriben día a día en el Diario La Nación, cabe destacar que en su mayoría quienes escriben en este medio gráfico son periodistas o comunicadores sociales, es decir, personas especializadas para escribir y difundir informaciones.

## VOCABULARIO

---

En general se observa como el vocabulario difiere en las noticias y en las notas de opinión. En las primeras, encontramos palabras más técnicas y las segundas se destacan por usar un lenguaje coloquial y llamativo para apelar a la persuasión y atención. Se puede presuponer que el lector tiene un nivel de cultura general, educación básica y manejo del vocabulario pertinente.

Entre las **palabras técnicas** más utilizadas encontramos:

- Pesificar
- Fugación de capitales
- Facturación deflactada
- Núcleo inflacionario
- Inversiones de riesgo
- Precios indexados

Entre los **neologismos** están:

- Prefinanciación
- Cortoplacismo
- Desdolarización
- Sobrecrecimiento
- Plurisignificativo
- Mercado emergente
- Consolidación fiscal
- Descongelar los salarios
- Blanqueo de capitales
- Sobrecalentamiento
- Estañflación
- Burbuja especulativa
- Establishment
- Cepo cambiario
- Corrida cambiaria
- Blue

Entre las palabras de **otras disciplinas** hallamos:

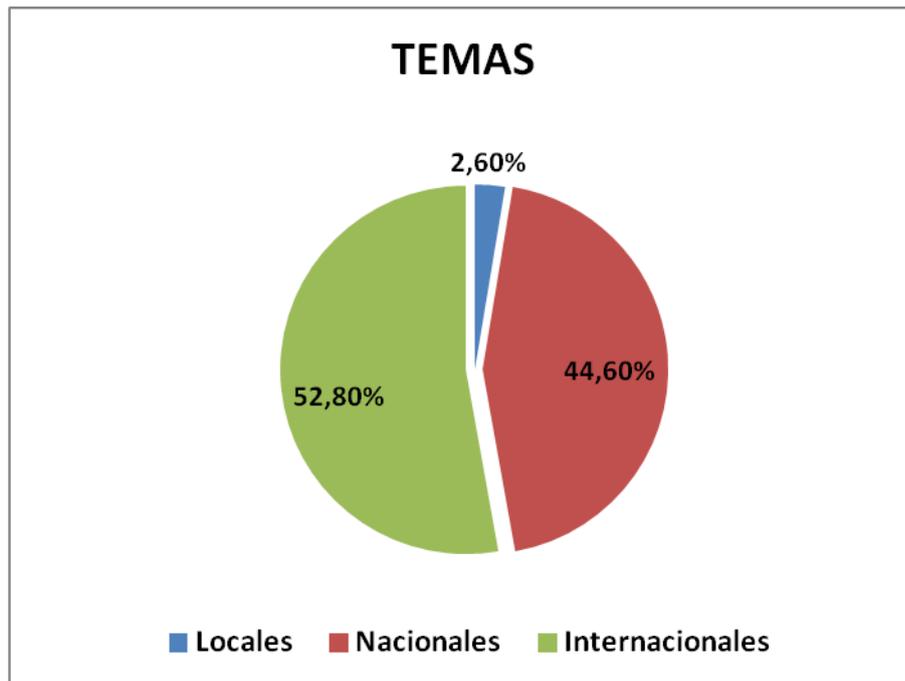
- Ideología
- Bipolar
- Depresión
- Temperatura
- Viento de cola
- Enfriamiento
- Termómetros
- Mala praxis
- Nebulosa

Finalmente entre las **frases oscuras** que más nos impactaron destacamos a:

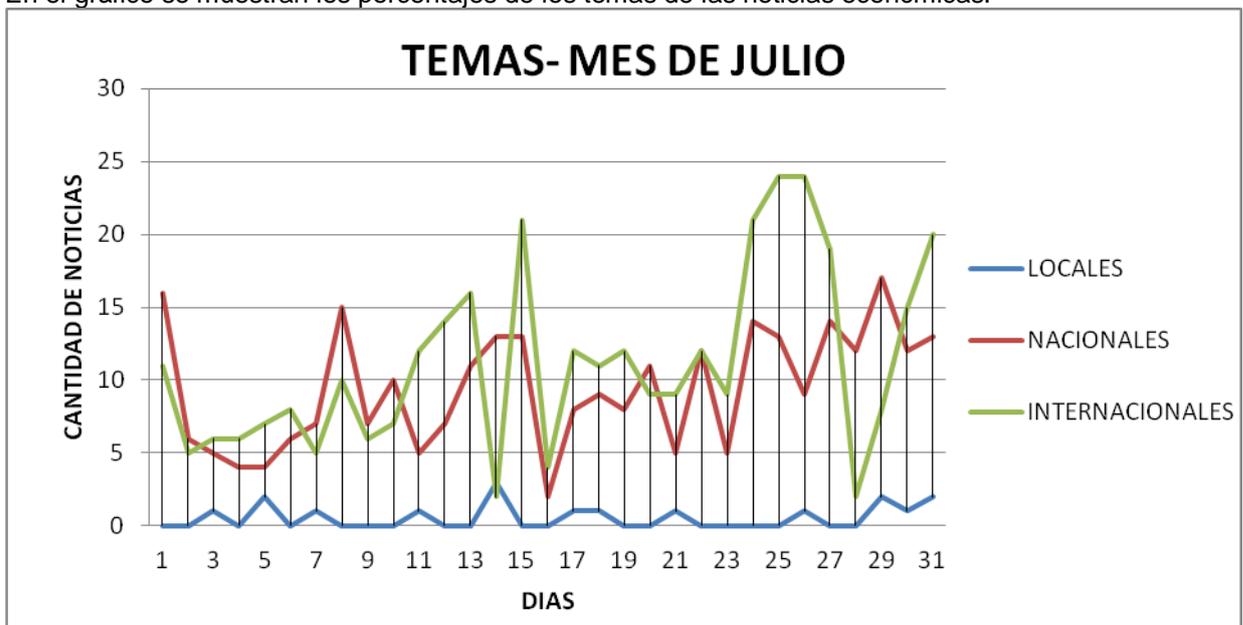
- Agujero a financiar
- Estrategia de desendeudamiento tenebrosa
- El mundo también se les debería haber caído en la cabeza (referido a la crisis mundial)
- Alimentará a la turbulencia social, llevando a un shock social
- La fuerte inflación está desatando un coctel mortal
- Han erosionado la vida
- La miopía y ceguera de las políticas económicas
- Épocas de vacas flacas

## AGENDA

DIA	CANTIDAD NOTICIAS ECONOMICAS	TEMAS		
		LOCALES	NACIONALES	INTERNACIONALES
1	27	0	16	11
2	11	0	6	5
3	12	1	5	6
4	10	0	4	6
5	13	2	4	7
6	14	0	6	8
7	13	1	7	5
8	25	0	15	10
9	13	0	7	6
10	17	0	10	7
11	18	1	5	12
12	21	0	7	14
13	27	0	11	16
14	18	3	13	2
15	34	0	13	21
16	6	0	2	4
17	21	1	8	12
18	21	1	9	11
19	20	0	8	12
20	20	0	11	9
21	15	1	5	9
22	24	0	12	12
23	14	0	5	9
24	35	0	14	21
25	37	0	13	24
26	34	1	9	24
27	33	0	14	19
28	14	0	12	2
29	27	2	17	8
30	28	1	12	15
31	35	2	13	20
<b>TOTAL</b>	<b>657</b>	<b>17</b>	<b>293</b>	<b>347</b>
<b>%</b>		<b>2,60%</b>	<b>44,60%</b>	<b>52,80%</b>
<b>PROM</b>	<b>21</b>	<b>0,5</b>	<b>9</b>	<b>11</b>
<b>MAX</b>	<b>37</b>	<b>3</b>	<b>17</b>	<b>24</b>
<b>MIN</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>



En el gráfico se muestran los porcentajes de los temas de las noticias económicas.



En el Gráfico se representa las temáticas lo largo del mes. Podemos observar como la línea de los temas locales se mantiene prácticamente constante, y los grandes cambios en la cantidad son de los internacionales.

La utilización del lenguaje en el Diario La Nación no es coloquial, sino formal. A pesar de esto no dificulta el entendimiento del vocabulario porque está adaptado para ser leído por un gran número de personas.

Actualmente el diario cuenta con 5 secciones fijas diarias:

- Sección primera: Política, información general, exterior, ciencia, opinión, etc.
- Sección segunda: Economía
- Sección tercera: Deportes
- Sección cuarta: Espectáculos
- Sección quinta: Clasificados

Y 17 suplementos semanales:

- |                  |                     |                         |
|------------------|---------------------|-------------------------|
| • Revista        | • Enfoques          | • Propiedades           |
| • Tecnología     | • adnCULTURA        | • Inmuebles Comerciales |
| • Al volante     | • Arquitectura      | • Arte                  |
| • Moda y Belleza | • Empleos           | • Salud                 |
| • Turismo        | • Comercio Exterior | • Comunidad (Mensual)   |
| • Campo          | • Countries         | • Rugby (semanal)       |

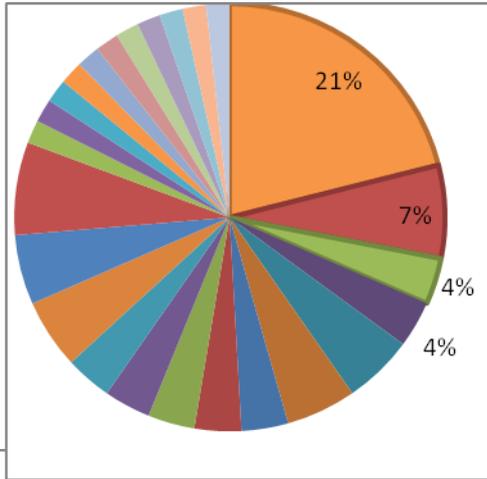
Si tomamos en cuenta el vocabulario, constatamos que, al existir una sección específica para los temas económicos, se hace mayor uso de vocabulario técnico o poco comprensible para el común de los lectores. Es posible que esto se debe a que, en su mayoría, quienes leerán esta sección son personas que lo hacen habitualmente y que tienen un bagaje de conocimientos previos de economía.

En cuanto a las notas de opinión sobre economía vemos que, en ellas, el vocabulario no es muy complejo pero que sí existe un alto nivel de subjetividad que hace que los lectores interpreten el mensaje que el autor quiere dar.

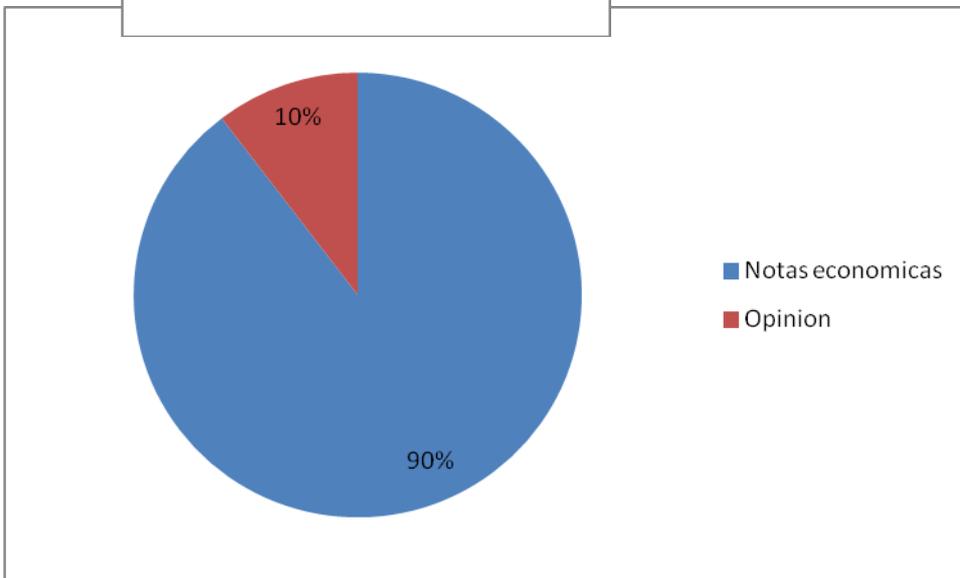
Con respecto a las fuentes, es necesario destacar que, si bien predominan las oficiales, hay muchas que no son identificadas, sino que se presentan como “algunos funcionarios”, “algunos empresarios”, “alguien”, etc.

## **DIARIO LA NACION 2012**

DIARIO LA NACION 2012



a) Sobre el total de las notas económicas (289), el 10% representan notas de opinión (30).



b) Autores :

Jorge Oviedo →  
José Pallares →  
→ Luján Scarpelli

Del total de 30 notas de opinión de los autores, el mayor porcentaje corresponde a Jorge Oviedo (7) con el 21%, en Segundo lugar se encuentran José Pallares (2) y Luján Scarparelli (2) que representan el 6% en cada caso, el resto de los autores comprenden un 3% del total con una nota cada uno.

\*Autores restantes:

Francisco Olivera	Prabha Natarajan y Ering
Alberto Armendainz	Macarthy
Fernando Bertello	Alberto Borrini
Angel Gonzales	Di Pinheiro
Roberto Seifert	Prabha Natarajan y Ering
Francisco Juegues	Macarthy
Sabrina Corujo	Alberto Borrini
Sara Schafer Muñoz	Di pinheiro
Catherine Villavicencio	Pavlo Trevisani
N. Ferguson - N. Robini	Matt Moffett
Laura Serra	David Luhnnow
Ian Berry	Noemie Bisserbe
Daisuke Wakabayashi y	Alejandro Fernandes
Spencer E. Ante	Diego Cabot
Sharon Terlep	Alejandro Re bossio
Charles Forllet	Stacy Meichtry
Sven Brunderg	Jhon W. Milier
Anton Troianosvki	Vanesa Fuhrmans
Mirian Morman	Martin Dinatale

c) Listado de fuentes oficiales y no oficiales:

**Fuentes oficiales:** Anses, Banco central (6 veces), Asociación de economía para el desarrollo de la Argentina (AEDA), Centro de investigación de finanzas (CIF), Asociación de agentes de viajes y turismo de Buenos Aires, Boletín Oficial Santa Cruz, Hernán Lorencino (Ministro de economía) (3 veces), Fondo monetario internacional (FMI). Jorge Lawson (Ministro de industria Comercio y Economía), Linda Laura Sabbadini (Directora de la agencia de estadísticas de Italia), Organización para la cooperación y el desarrollo económica (OCDE), Fundación mediterránea, Organización mundial de la salud, Beatriz Golloaga (directora fundación el arte de vivir en Argentina), Silvia Torrez Carbonel (Directora del centro e entrepreneurs), CGT, Comisión de presupuesto y ascienda de la cámara baja, Graciela Camaglio (Diputada justicialista), diario Capital, diario Clarín

**Fuentes no oficiales:** Pablo Curat (economista) Ramiro Cartiñeira (economista) Fabian Lombardo (Gerente de ventas internacionales de Aerolíneas Argentinas), Moody's (3 veces) Asociación Argentina de actores. SEC (comisión de valores norteamericana) (2 veces), Javier Campos, presidente de la Asociación empresaria Argentina (AEA), Matt Rothschild, director de operaciones minoristas y de ventas, diario económico "Ambito Financiero".

Las fuentes más usadas son: INDEC, BCRA, ARCHIVO LA NACION, BANCO MUNDIAL, TELAM, AFIP, MERCADO ATERMINO DE BUENOS AIRES.

d) *Vocabulario técnico*

Avaros, Ardid, Mat Work, , Strecthing, preferencias arancelarias, barómetro, quimerico, apócrifo, start up, fadeeac, control de cambio, conservaduisimo ofertista, política de demandas, redistribución de cargas, renta/consumo patrimonio, retorica, narcoviolenca.

e) *Neologismos, palabras oscuras o difíciles de entender*

"Es la economía... al borde del suicidio cambiario".

"y pensar que hace algunos años a estos les tiras un sándwich y lo partían en cuatro".

"refleja riesgo de liquidez ante una aceleración de la deuda a corto plazo".

"Detrás de su enlutada figura".

"Cluster de emprendedores".

"debuts bursátiles".

"desconcierto cambiario".

"bajar el estrés ayuda a la gestión".

f) Las fuentes que se citan en el resto de las noticias económicas son:

INDEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), BCRA (Banco Central República Argentina) Archivo de la Nación, Energas (Ente Regulador de Gas), Banco de España, Banco Mundial Mercado Termino de Buenos Aires, USDA Bolsa de Chicago, Grupo Santander, GAP Consultoras

Telam, AFIP (Asociación Federal de Ingresos Públicos), Unión Industrial Argentina, Banco Piaro  
The Wall Street Journal, Servicio Geológico EEUU, Julio de Vido, Ministro de Planificación

Asociación Defensa de los Consumidores, CEC (Centro de Educación al Consumidor)

BID (Banco Internacional de Desarrollo), FIEL (Fundación de Investigación Económica

Latinoamericana), CNM

S (Centro Nacional de Mitigación de Sequía), OMC (Organización Mundial de

Comercio), GS (Grupo Santander), ONCCA

(Oficina Nacional de Control de Comercio Argentino), OPEP

(Organización de Países Exportadores de Petróleo)

CICRA (Cámara de Industria y Comercio de Carnes de la República Argentina)

Jorge Aimaretti (Presidente de la Unión ART), FMI (Fondo Monetario Internacional)

UE (Unión Europea), ASAP (Asociación Argentina de Presupuesto), ANSES (Administración Nacional de Seguridad Social), PAMI (Instituto Nacional de Servicios Sociales para Jubilados y Pensionados), IGEE (Índice General de Expectativas Económicas), UCA (Universidad Católica Argentina), TNS Gallup, GREE DENA (Estimaciones de MACQARIE), Factset Research System

AUTODATA (Cuota de Mercado), La Compañía (Ganancias), TRADEWEB, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, IDC (Instituto de Desarrollo Comercial),

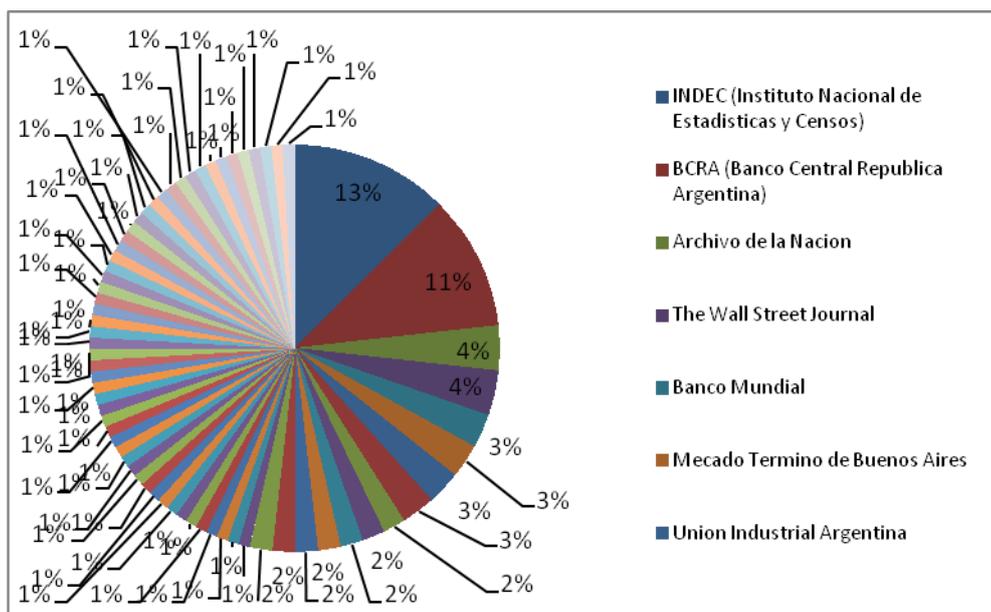
Instituto de Políticas Fiscales, MCCI (Morgan Stanley Capital International), José Luis Longuinotti (Asociación Argentina de Publicidad), Kayth Reinhard, SEC (Comisión de Valores de Estados Unidos), Banco Itaú, Marcos Molina y Carlos Lavarthe Costas, Compañía Columbia Pictures,

SEMPRA (Corporativa Jurídica Empresarial y Asociados), José Costa (Director de Inmobiliaria BULLRICH), Néstor Walesta (Presidente Cámara Inmobiliaria Argentina), CIF (Centro de Investigaciones de Finanzas),

Consultora Ecolatina, MyS Consultoras, Mercado de Liniers, Cámara Argentina de Medios, Cámara Argentina de Biocombustibles, Consultora Finsoport,

Cámara Arbitral de Cereales de Buenos Aires, IAERAF (Instituto Argentino de Análisis Fiscal),

Banco Interamericano de Desarrollo, Reuters (Boletín Oficial Santa Cruz), APRENTA (Sociedad de Bolsa SA), Centro de Estudios de Estado y Sociedad).



\*Fuentes restantes:

Servicio Geologico EEUU

Julio de Vido, Ministro de Planificacion

Asociacion Defensa de los Consumidores

CEC (Centro de Educacion al Consumidor)

BID (Banco Internacional de Desarrollo)

FIEL (Fundacion de Investigacion Economica Latinoamericana)

CNMS (Centro Nacional de Mitigacion de Sequia)

OMC (Organización Mundial de Comercio)

GS (Grupo Santander)

ONCCA (Oficina Nacional de Control de Comercio Argentino)

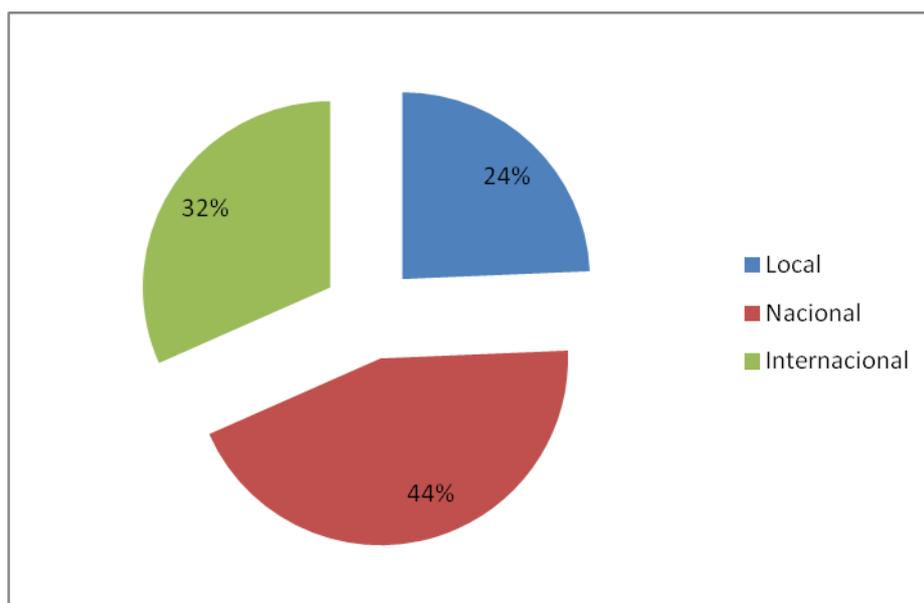
OPEP (Organización de Países Exportadores de Petróleo)  
CICRA (Cámara de Industria y Comercio de Carnes de la República Argentina)  
Jorge Aimaretti (Presidente de la Unión ART)  
FMI (Fondo Monetario Internacional)  
UE (Unión Europea)  
ASAP (Asociación Argentina de Presupuesto)  
ANSES (Administración Nacional de Seguridad Social)  
PAMI (Instituto Nacional de Servicios Sociales para Jubilados y Pensionados )  
IGEE (Índice General de Espectativas Económicas)  
UCA (Universidad Católica Argentina)  
TNS Gallup  
GREE DENA (Estimaciones de MACQARIE)  
Factset Research System  
AUTODATA (Cuota de Mercado)  
La Compañía (Ganancias)  
TRADEWEB  
Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación)  
IDC (Instituto de Desarrollo Comercial)  
Instituto de Políticas Fiscales  
MCCI (Morgan Stanley Capital International)  
José Luis Longuotti (Asociación Argentina de Publicidad)  
Kayth Reinhard  
SEC (Comisión de Valores de Estados Unidos)  
Banco Itaú  
Marcos Molina y Carlos Lavarthe Costas  
Compañía Columbia Pictures  
SEMPRA (Corporativa Jurídica Empresarial y Asociados)  
José Costa (Director de Inmobiliaria BULLRICH)  
Néstor Walesta (Presidente Cámara Inmobiliaria Argentina)  
CIF (Centro de Investigaciones de Finanzas)  
Consultora Ecolatina  
MyS Consultoras  
Mercado de Liniers  
Cámara Argentina de Medios  
Cámara Argentina de Biocombustibles  
Consultora Finsoport  
Cámara Arbitral de Cereales de Buenos Aires  
IAERAF (Instituto Argentino de Análisis Fiscal )  
Banco Interamericano de Desarrollo  
Reuters (Boletín Oficial Santa Cruz)  
APRENTA (Sociedad de Bolsa SA)  
Centro de Estudios de Estado y Sociedad)

*g) Los temas abordados en la agenda DEL DIARIO son los siguientes:*

- Gas
- Cepo cambiario
- Petróleo
- Deuda nacional
- Industria
- Dólares
- Comercio internacional
- Moneda argentina
- Campo
- YPF Repsol
- Crisis mundial
- Mercados
- Empleos
- Gastos
- Ingresos
- Alquileres
- Construcción
- Economía mundial
- Trabas importaciones
- Turismo
- Granos
- Crisis Europa
- Minerías
- Capacitaciones
- Inversión publicitaria
- Inflación
- Violencia en México
- Guía inversores
- Videojuegos
- Industria automotriz
- Precio de la soja
- Precios vacunos
- Perdida de la empresa Nokia
- Economía EEUU inmigrantes
- Bancos y mercados
- Educación
- INDEC
- Uruguay inflación
- Prepagos (diagnósticos)

De todos estos anunciados, hay preponderancia en las temáticas sobre: Cepo cambiario, campo, YPF, crisis europea, traba a las importaciones, guía de inversores, datos propiciados por el INDEC e inflación.

Del total de 259 notas relacionadas a economía (excluyendo notas de opinión), predominan aquellas relacionadas a temas nacionales (114) seguidas por internacionales (82) y locales en última instancia (62).



6) Sistematización de los nombres que firman las notas, número de veces y formación profesional  
Formación profesional:

Jorge Oviedo: Mail: joviedo@lanacion.com.ar

Es periodista, especializado en economía y en la actualidad es el editor del suplemento económico dominical del diario LA NACION.

Javier Blanco: Redactor de la sección economía y negocios diario La Nación. Licenciado, Comunicación Social. Magister en Periodismo, Periodismo.

Francisco Olivera: Profesional del área Financiera con amplias habilidades de liderazgo, negociación y manejo eficiente de los recursos de la empresa. Lic. Adm. de Empresas, Económicas. 1990 – 1996.

Alfredo Sainz: periodista económico. Trabaja en el diario La Nación. Autor de los libros: Negocios Argentinos y Gente que No. Autor del blog: Secretos de la Pirámide.

Jose Hidalgo Pallares: Economista, periodista novato y prospecto de escritor.

Silvia Stang: Periodista de la sección Economía del diario La Nación, voluntaria de De Puertas Abiertas Asociación Civil.

Florencia Donovan: Editor Adjunto, Sección de Economía Domingo, Responsable de informes diarios sobre el sistema bancario argentino Banco Central, y los mercados de bonos, acciones y dinero.

Martin Kanenguiser: Periodista de la sección Economía y Negocios del diario La Nacion,

Nelson Fernández: Periodista desde 1981, analista económico, docente universitario; corresponsal de LA NACION en Uruguay

Adrian Ventura: Constitucionalista; Doctor en Derecho (UBA); su tesis fue distinguida con el Premio Facultad, a la mejor tesis doctoral en derecho; Subdirector de la Maestría en Magistratura (UBA); adjunto por concurso de Derecho Constitucional (UBA y UB); autor de varios libros. También trabaja en Radio Mitre y en TN.

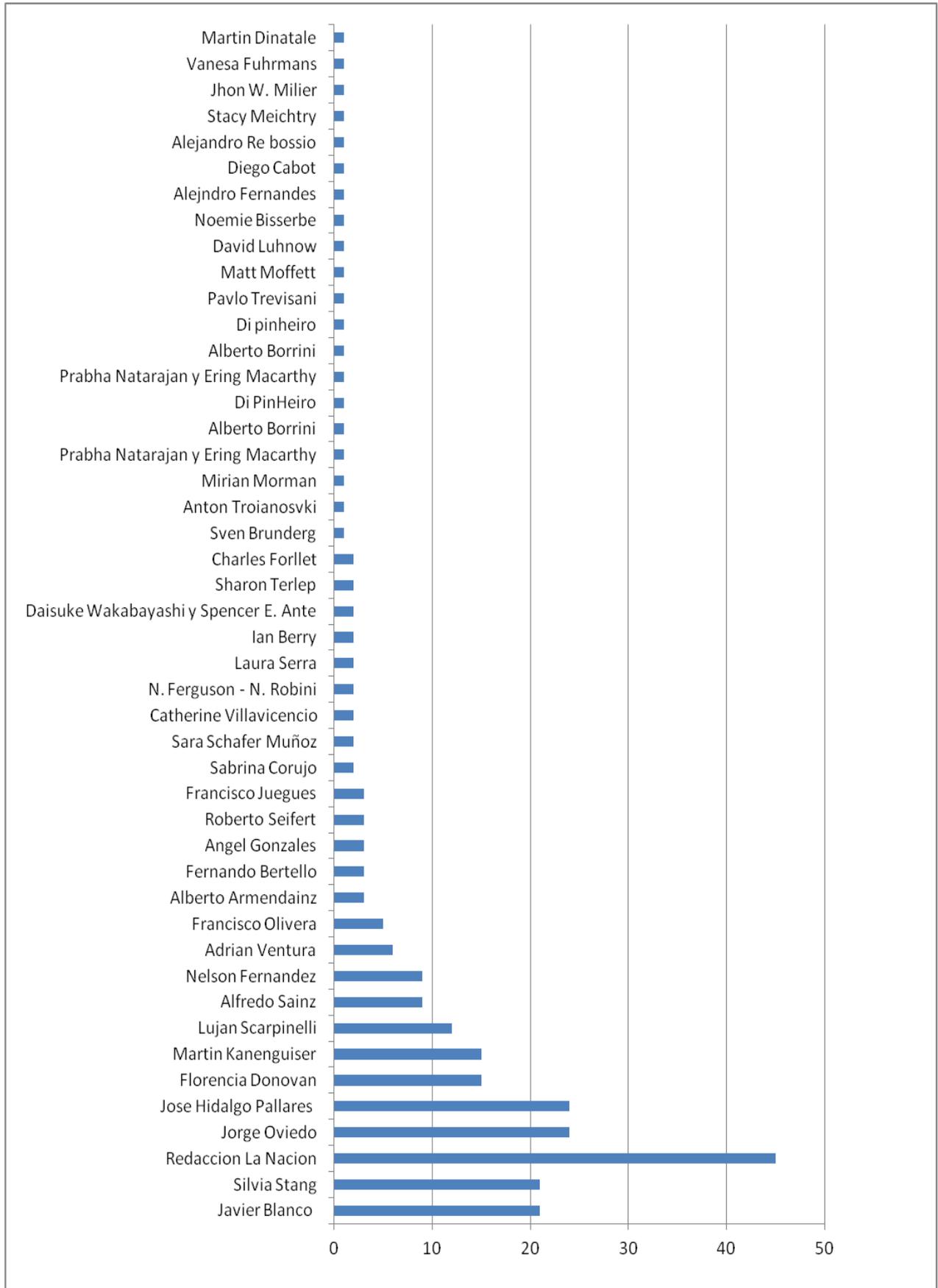
Alejandro Rebossio: en diario La Nación, fue jefe del suplemento Economía & Negocios del Domingo entre 2009 y 2011.

Diego Cabot: Abogado. Posgrado, Opinión Pública y Medios. Máster, Periodismo. Editor del suplemento Economía & Negocios de Diario La Nación

Respecto a la información profesional de los comunicadores del diario La Nación se destaca en igual término la disposición de comunicadores y periodistas especializados en economía que en igual número escriben las notas la sección economía de dicho diario. Respecto a aquellos comunicadores que son especialistas en otras disciplinas que pueden estar vinculadas al ámbito de la economía se destacan en menor medida, abogados, doctores en derecho y sociólogos en La Nación.

Autores:	Cantidad de notas redactadas
Javier Blanco	21
Silvia Stang	21
Redaccion La Nacion	45
Jorge Oviedo	24

Jose Hidalgo Pallares	24
Florencia Donovan	15
Martin Kanenguiser	15
Lujan Scarpinelli	12
Alfredo Sainz	9
Nelson Fernandez	9
Adrian Ventura	6
Francisco Olivera	5
Alberto Armendainz	3
Fernando Bertello	3
Angel Gonzales	3
Roberto Seifert	3
Francisco Juegues	3
Sabrina Corujo	2
Sara Schafer Muñoz	2
Catherine Villavicencio	2
N. Ferguson - N. Robini	2
Laura Serra	2
Ian Berry	2
Daisuke Wakabayashi y Spencer E. Ante	2
Sharon Terlep	2
Charles Forllet	2
Sven Brunderg	1
Anton Troianosvki	1
Mirian Morman	1
Prabha Natarajan y Ering Macarthy	1
Alberto Borrini	1
Di PinHeiro	1
Prabha Natarajan y Ering Macarthy	1
Alberto Borrini	1
Di pinheiro	1
Pavlo Trevisani	1
Matt Moffett	1
David Luhnnow	1
Noemie Bisserbe	1
Alejndro Fernandes	1
Diego Cabot	1
Alejandro Re bossio	1
Stacy Meichtry	1
Jhon W. Milier	1
Vanesa Fuhrmans	1
Martin Dinatale	1



7)

Fuentes citadas del resto de las noticias económicas	Cantidad de veces que se repite
INDEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) - oficial-	14
BCRA (Banco Central Republica Argentina)- oficial-	12
Archivo de la Nacion -privada-	4
Energas (Ente Regulador de Gas) - oficial-	2
Banco de España - oficial-	2
Banco Mundial - oficial-	3
Mecado Termino de Buenos Aires	3
USDA Bolsa de Chicago - oficial-	2
Grupo Santander -privada-	2
GAP Consultoras -privada-	2
Telam -privada-	2
AFIP (Asociacion Federal de Ingresos Publicos) - oficial-	2
Union Industrial Argentina - oficial-	3
Banco Piaro -privada-	3
The Wall Street Journal-privada-	4
Servicio Geologico EEUU -privada-	1
Julio de Vido, Ministro de Planificacion - oficial-	1
Asociacion Defensa de los Consumidores - oficial-	1
CEC (Centro de Educacion al Consumidor) - oficial-	1
BID (Banco Internacional de Desarrollo) - oficial-	1
FIEL (Fundacion de Investigacion Economica Latinoamericana) - oficial-	1
CNMS (Centro Nacional de Mitogicion de Sequia) - oficial-	1
OMC (Organización Mundial de Comercio) - oficial-	1
ONCCA (Oficina Nacional de Control de Comercio Argentino) - oficial-	1
OPEP (Organización de Países Exportadores de Petróleo) - oficial-	1
CICRA (Camara de Industria y Comercio de Carnes de la Republica Argentina) - oficial-	1
Jorge Aimaretti (Presidente de la Union ART) -privada-	1
FMI (Fondo Monetario Internacional) - oficial-	1
UE (Union Europea) - oficial-	1
ASAP (Asociacion Argentina de Presupuesto) - oficial-	1
ANSES (Administracion Nacional de Seguridad Social) - oficial-	1
PAMI (Instituto Nacional de Servicios Sociales para Jubilados y Pensionados) - oficial-	1
IGEE (Indice General de Espectativas Economicas) -privada-	1
UCA (Universidad Catolica Argentina) -privada-	1
TNS Gallup -privada-	1
GREE DENA (Estimaciones de MACQARIE) -privada-	1
Factset Research System -privada-	1
AUTODATA (Cuota de Mercado) -privada-	1
La Compañía (Ganancias) -privada-	1
TRADEWEB -privada-	1
Ministerio de Agricultura, Ganaderia y Pesca de la Nacion) - oficial-	1

IDC (Instituto de Desarrollo Comercial) - oficial-	1
Instituto de Politicas Fiscales - oficial-	1
MCCI (Morgan Stanley Capital International) -privada-	1
Jose Luis Longuinotti (Asociacion Argentina de Publicidad) -privada-	1
Kayth Reinhard -privada-	1
SEC (Comision de Valore de Estados Unidos) - oficial-	1
Banco Itaú -privada-	1
Marcos Molina y Carlos Lavarthe Costas -privada-	1
Compañía Columbia Pictures -privada-	1
SEMPRA (Corporativa Juridica Empresarial y Asociados) -privada-	1
Jose Costa (Director de Inmobiliaria BULLRICH) -privada-	1
Nestor Walesta (Presidente Camara Inmobiliaria Argentina) - oficial-	1
CIF (Centro de Investigaciones de Finanzas) - oficial-	1
Consultora Ecolatina -privada-	1
MyS Consultoras -privada-	1
Mercado de Liniers -privada-	1
Camara Argentina de Medios - oficial-	1
Camara Argentina de Biocombustibles - oficial-	1
Consultora Finsoport -privada-	1
Camara Arbitral de Cereleas de Buenos Aires - oficial-	1
IAERAF (Instiuto Argentino de Analisis Fiscal ) - oficial-	1
Banco Interamericano de Desarrollo - oficial-	1
Reuters (Boletin Oficial Santa Cruz) -privada-	1
APRENTA (Sociedad de Bolsa SA) -privada-	1
Centro de Estudios de Estado y Sociedad - oficial-	1

***EN RELACION AL ORIGEN DE FUENTES.***

Existe una paridad en la utilización entre fuentes oficiales (35) y fuentes privadas (32)

# CLARÍN

## Febrero 2012

HISTORIA del diario y del Grupo Clarín S.A.

Clarín es un diario matutino argentino publicado en la ciudad de Buenos Aires. Fue fundado por Roberto Noble el martes 28 de Agosto de 1945. De formato de tabloide, es el diario con mayor tirada de la Argentina. Nació con vocación de ser un diario masivo y de calidad, privilegiando la información y con una apuesta al desarrollo integral de la Argentina. Dirigido desde 1969 por su esposa, Ernestina Herrera de Noble, Clarín se convirtió en el primer diario nacional y fue afianzándose sostenido por el trabajo de sus periodistas y el acompañamiento de sus lectores, para llegar a ser uno de los diarios de mayor circulación del mundo en idioma español.

Clarín fue protagonista de los cambios que vivieron los medios alrededor del mundo. Sumó nuevas y variadas actividades de impresión y decidió acompañar la evolución tecnológica, invirtiendo para llegar a sus públicos a través de nuevas plataformas y canales y a través de nuevos lenguajes, audiovisuales y digitales.

Así, el Grupo ingresó al ámbito de la radio y la televisión. Hoy es titular de uno de los dos canales de televisión abierta líderes de la Argentina (ARTEAR/Canal Trece), y de estaciones de radio en AM y FM. Junto con el diario, estos medios mantienen los más altos índices de credibilidad y liderazgo del periodismo argentino, en un mercado de medios que es de los más diversos del mundo. Por ejemplo, sólo en Buenos Aires, sus medios compiten en un mercado que tiene 5 estaciones de televisión abierta, 550 radios y 12 diarios nacionales.

El Grupo Clarín también edita Olé -el primer y único diario deportivo de la Argentina-, el diario gratuito La Razón, las revistas Ñ, Genios, Jardín de Genios, Pymes y Elle. A través de CIMECO participa con La Voz del Interior, Día a Día y Los Andes, en un mercado de cerca de 200 diarios regionales y locales, y tiene participación en una agencia de noticias nacionales (DyN). En el mundo audiovisual, también produce una de las 5 señales de cable de noticias, (Todo Noticias), el canal Volver y Magazine, entre otros, canales y eventos deportivos (TyC Sports), ciclos televisivos y obras cinematográficas (Pol-ka, Ideas del Sur y Patagonik).

Otra de sus fortalezas reside en la apuesta estratégica a la distribución de contenidos a través de la televisión por cable y la provisión de acceso a Internet. A partir del inicio de las operaciones de Multicanal en 1992, y gracias a la adquisición de una participación mayoritaria en Cablevisión, ha conformado uno de los mayores sistemas de televisión por cable de América Latina en términos de abonados. En la Argentina, Cablevisión es el primero entre más de 700 operadores y siempre compite con otras opciones en cable o en satélite. Asimismo, a través de Fibertel, provee servicios de Internet de alta velocidad y posee una de las mayores bases de abonados en un mercado altamente competitivo. En línea con la tendencia global, el Grupo Clarín pone especial foco en la expansión de sus contenidos digitales; sus portales y sitios reúnen más de la mitad del caudal de visitas a sitios argentinos en la red.

En 1999 el Grupo Clarín se constituyó como sociedad anónima, fue avanzando en la apertura de su capital y, desde octubre de 2007, cotiza en las bolsas de Londres y Buenos

Aires. Pero tiene el orgullo de haber crecido en la Argentina, de ser una voz con peso local en un mercado cada vez más transnacional, con dimensión suficiente para competir sin diluirse frente a los grandes actores internacionales. Las inversiones del Grupo Clarín en la Argentina, en los últimos 20 años han sido muy significativas; siempre con una misión central: el periodismo y los medios de comunicación. Sus actividades contribuyeron a configurar una importante industria cultural argentina y generan empleo calificado y genuino. Su visión y modelo de negocios ponen el acento en invertir, producir, informar y entretener preservando los valores e identidad argentinos, cuidando la independencia empresaria como reaseguro de la periodística.

### Características del diario

- Clarín le da prioridad a los temas locales: importancia a secciones como deportes y espectáculos. Estas secciones tienen un diseño diferente al resto de la publicación.
- Llegaba a los kioscos de venta de la Capital Federal antes que los demás. En la época en que fue fundado, en Capital Federal y la provincia de Buenos Aires costaba sólo 5 centavos (la mitad que el resto de los diarios). En el resto del país costaba 10 centavos.
- Su diseño es tabloide. Fue adoptado luego por varios diarios londinenses para no perder a los lectores jóvenes.
- Su lema es «Un toque de atención para la solución argentina de los problemas argentinos», y su actual eslogan publicitario: «El gran diario argentino».
- Forma parte del PAL (Periódicos Asociados Latinoamericanos), al que pertenecen otras importantes casas editoriales de Latinoamérica.

### Accionistas controlantes

Ernestina H. de Noble, Héctor H. Magnetto, José Antonio Aranda y Lucio Rafael Pagliaro. Acciones Clase A través de GC Dominio S.A., que es una corporación argentina. GS Unidos, LLC; una compañía bajo el control indirecto del Sr. Ralph Booth (Director).

### Estructura del Grupo Clarín

El Grupo Clarín participa principalmente en las áreas de televisión por cable y acceso a Internet, publicaciones e impresión, televisión, radio y programación, contenidos digitales y otras actividades relacionadas.

### Profesiones de los directores

- Roberto Noble: abogado, político y estanciero, que arriesgó su fortuna y su tranquilidad en la fundación de Clarín.

- Ernestina Herrera de Noble: es una empresaria argentina. Herrera de Noble asumió la dirección del Diario Clarín en el año 1969, tras la muerte de su esposo. Este diario, junto con Canal 13, TN, Artear, Volver, Multicanal, Cablevisión, Radio Mitre, La 100, La Razón, Olé, TyC Sports, Pol-ka, La voz del Interior, Diario Los Andes, Fibertel y otros medios conforman actualmente el grupo Clarín. Además de dirigir el diario por más de 40 años, preside la Fundación Noble, es autora de los libros "Compromiso con el país" (1980) y "La Argentina necesaria" (1989), y miembro de instituciones como el Instituto de Prensa Internacional y la Asociación Mundial de Periódicos. Desde 1997 es uno de los dos representantes

latinoamericanos del Comité Consultivo de la UNESCO para la Libertad de Prensa que, entre otras actividades, actúa anualmente como jurado del "Premio Internacional Guillermo Cano". A partir de 1998 participa como miembro del Consejo del Museo Internacional de Televisión y Radio, con sede en Nueva York. Por su trayectoria ha sido galardonada por los gobiernos de Francia, Italia, España, Alemania, Brasil, Chile y Perú. En 1995 fue la primera editora distinguida con el "Premio al Logro Editorial", otorgado por la Asociación Mundial de Periódicos (WAN).

-Héctor H. Magnetto: es un contador público y director ejecutivo (CEO) del Grupo Clarín.

- José Antonio Aranda: vicepresidente del grupo Clarín. Graduado en Ciencias Económicas en la Universidad de La Plata, comenzó su carrera en el diario Clarín como gerente de finanzas, acompañando el proceso de desarrollo económico del diario y su expansión a diversas áreas de la comunicación. Actualmente se desempeña como vicepresidente del Grupo. Es además secretario de la Fundación Noble, que promueve actividades educativas, culturales y solidarias para la comunidad.

Entre otras instituciones, es miembro de la Comisión Directiva de ACDE (Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa) y del directorio de IDEA (Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina). También es presidente de FUNI (Asociación para el Futuro del Niño), de la Asociación Braford Argentina, e integra la Comisión de Recursos Económicos del Convento Santa Catalina.

-Lucio Rafael Pagliaro: Director del Grupo Clarín. Graduado en Ciencias Económicas, inició su labor profesional en la dirección de marketing del diario Clarín. En 1990 se hizo cargo de la dirección general de ARTEAR, productora de programación televisiva y titular de Canal 13 de Buenos Aires. Es director operativo de las áreas de radio, televisión, cable y entretenimiento del Grupo Clarín. Es miembro del Consejo Profesional de Ciencias Económicas, de la Asociación Internacional de Publicidad y ex consejero del Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas y representante argentino ante la ALALC. En 1996 fue designado miembro del Directorio del Consejo Internacional de la Academia de Artes y Ciencias de la Televisión de los Estados Unidos.

Síntesis sobre porcentaje de noticias diarias

Cuadro que contiene la síntesis con las cantidades diarias de noticias emitidas por el diario Clarín el mes de febrero, además se incluye el total final de noticias emitidas en todo el mes (una cantidad general, diferenciando además que cantidad de ese total general es de noticias económicas y cuáles no lo son, a este segundo tipo las titulamos “*otras*”). Finalmente se mostrará el porcentaje de noticias económicas sobre el total de noticias totales del diario Clarín, emitidas en el mes de febrero.

<b>DÍA</b>	<b>CANTIDAD DE NOTICIAS</b>	<b>ECONÓMICAS</b>	<b>OTRAS</b>
1	55	6	49
2	49	14	35
3	41	13	28
4	48	10	38
5	53	13	40
6	41	12	29
7	40	6	34
8	51	12	49
9	50	15	35
10	50	10	40
11	52	4	48
12	43	17	26
13	46	4	42
14	49	4	45
15	52	8	44
16	44	4	40
17	48	7	41
18	59	8	51
19	47	5	42
20	40	12	28
21	54	13	41
22	53	14	39
23	46	4	42
24	48	5	43
25	62	5	57
26	68	10	58
27	59	11	48
28	55	5	50
29	64	12	52
<b>TOTALES</b>	1467	263	1214

Porcentajes de noticias económicas en comparación con otras noticias no económicas

En este gráfico podemos observar la comparación entre noticias totales no económicas y económicas.

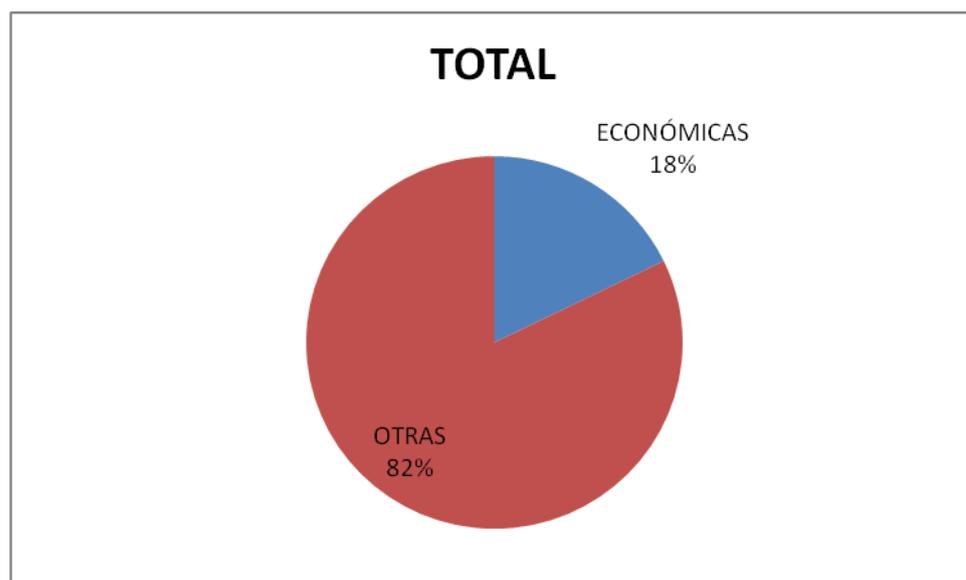
Total de noticias económicas sobre el total de noticias del mes de febrero



En este gráfico podemos observar el porcentaje total de noticias económicas sobre el total de todas las noticias emitidas en el mes de febrero de 2012, en el diario Clarín.

Total de noticias de opinión e información

A continuación mostraremos el gráfico con el total final del promedio de noticias económicas de opinión e información, de febrero de 2012 del diario Clarín.

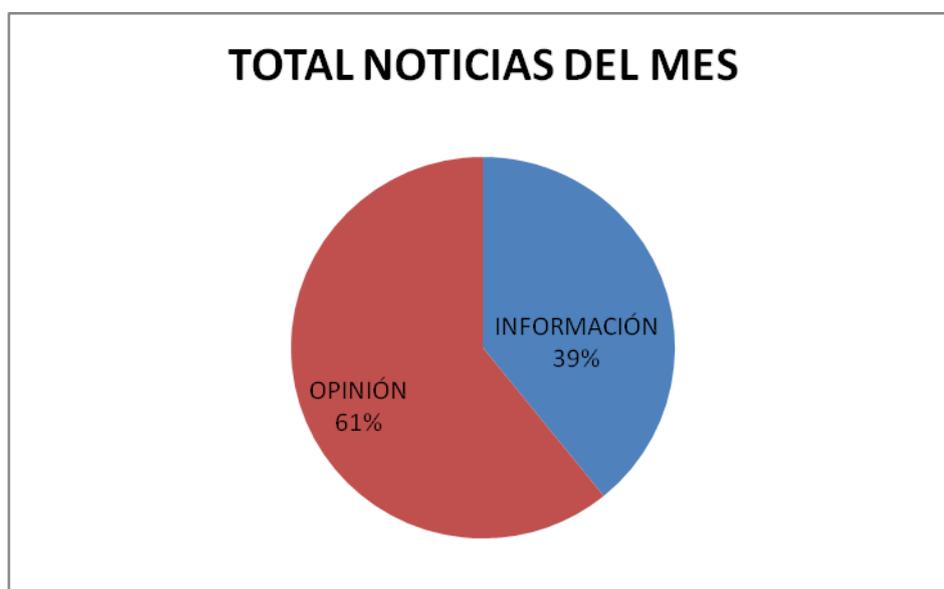


Podemos observar en el gráfico anterior que el mayor porcentaje de noticias del diario Clarín son de opinión (61%), mientras que las noticias económicas informativas solo representan el 39%.



#### Promedio de noticias locales, nacionales e internacionales

A continuación se presentará el total de noticias económicas locales, nacionales e internacionales del diario Clarín de febrero de 2012.



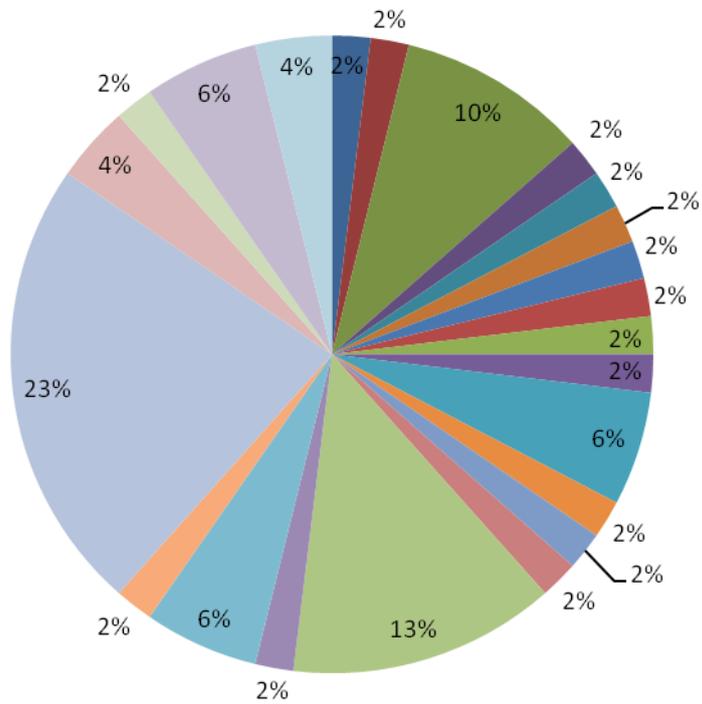
Pudimos observar en el diario Clarín de febrero de 2012, una preponderancia de noticias económicas de índole Nacional un 56%, mientras que las internacionales representan un 35% y las locales un 9%.

#### Firmas de los artículos de opinión (promedio de firmas por persona) **De A - G**

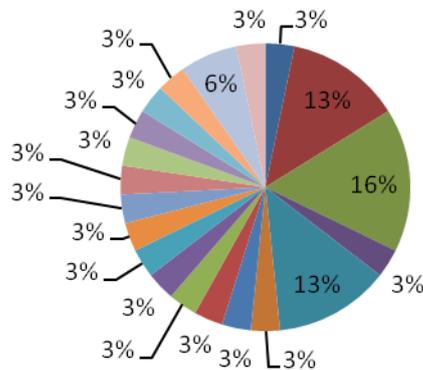
De H – M

**FIRMAS/ CANTIDAD DE VECES**

- |                          |                        |                    |                    |
|--------------------------|------------------------|--------------------|--------------------|
| ■ Hector Hugo            | ■ Hernan Lorenzino     | ■ Idaye Martin     | ■ Ignacio Miri     |
| ■ Isabel Stratta         | ■ Jorge Castro         | ■ Jorge Lapeña     | ■ José Luis Cetera |
| ■ Juan Carlos Alagañaraz | ■ Juan Cruz Sanz       | ■ Leonardo Mindez  | ■ Lucas Cruzado    |
| ■ Lucio Fernandez Moores | ■ Luis Ceriotto        | ■ Marcela Pagano   | ■ Marcelo Bonelli  |
| ■ Marcelo Canton         | ■ María Laura Avignolo | ■ Martín Bidegaray | ■ Martín Bravo     |
| ■ Martín Grosz           | ■ Matías Longoni       | ■ Mauro Agular     |                    |



- |                       |                         |                       |                      |
|-----------------------|-------------------------|-----------------------|----------------------|
| ■ Diego Geddes        | ■ Einat Rozenwasser     | ■ Eleonora Gosman     | ■ Ernesto Azarkevich |
| ■ Fabián Debesa       | ■ Félix Herrero         | ■ Gabriela Samela     | ■ Guido Braslavsky   |
| ■ Guillermo Pelegrino | ■ Guillermo Rozenwurcel | ■ Guillermo Villareal | ■ Gustavo Calleja    |





las noticias, fue firmada por ABC Color, este es un monopolio comunicacional que posee variadas ramas de industrias como: diarios, programas de tv, a este no le hemos puesto orientación como a los demás por no ser una única persona sino un conjunto institucional.

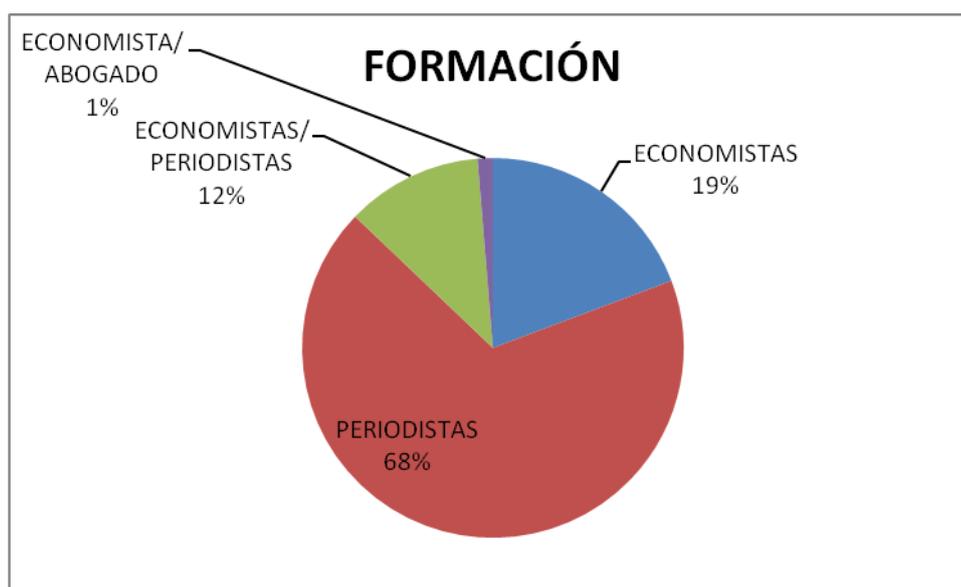
<b>FIRMA</b>	<b>FORMACIÓN</b>
ABC Color	Monopolio poseedor de: diario gráfico, online, tv (Paraguay y el mundo).
Alcadío Oña	Periodista
Ana Baron	Periodista
Anabella Quiroga	Periodista
Antonio Rossi	Periodista/ Economista
Carlos Bodyabijan	Periodista/ Economista
Damián Kantor	Periodista/ Economista
Daniel Fernandez Canelo	Periodista
Diego Geddes	Periodista
Einat Rozenwasser	Periodista
Eleonora Gosman	Periodista
Ernesto Azarkevich	Periodista
Fabián Debesa	Periodista
Félix Herrero	Periodista
Gabriela Samela	Periodista/ Economista
Guido Braslavsky	Periodista
Guillermo Pelegrino	Periodista
Guillermo Rozenwurcel	Economista
Guillermo Villareal	Periodista
Gustavo Calleja	Economista
Hector Hugo	Periodista
Hernan Lorenzino	Abogado
Idaye Martin	Economista/ Periodista
Ignacio Miri	Periodista
Isabel Stratta	Periodista
Jorge Castro	Economista
Jorge Lapeña	Economista
José Luis Cetera	Periodista
Juan Carlos Alagañaraz	Periodista
Juan Cruz Sanz	Periodista
Leonardo Mindez	Periodista
Lucas Cruzado	Periodista
Lucio Fernandez Moores	Periodista
Luis Ceriotto	Periodista
Marcela Pagano	Periodista
Marcelo Bonelli	Periodista
Marcelo Canton	Periodista
María Laura Avignolo	Periodista
Martín Bidegaray	Periodista
Martín Bravo	Periodista
Martín Grosz	Periodista
Matías Longoni	Periodista
Mauro Agular	Periodista

Natalia Muscatelli	Periodista
Natasha Niebieskikwiat	Periodista
Nelda Kömkle	Periodista
Nicolás Pizzi	Periodista
Nicolás Wiñazqui	Periodista
Oscar Martínez	Economista/ Periodista
Osvaldo Pepe	Periodista
Pablo Novillo	Periodista
Ramiro Alberieú	Economista/ Periodista
Ricardo Kirschbaum	Periodista
Ricardo Lagos	Abogado/ Economista
Ricardo Roa	Periodista
Ruben Elsilter	Periodista
Santiago Fioriti	Periodista
Sebastián Campanario	Economista/ Periodista
Silvia Naishtat	Economista
Susana Viau	Periodista
Tomás Canosa	Periodista/ Economista
Verónica Toller	Periodista

### Fuentes más importantes presentadas en los artículos (privadas – públicas)

En el siguiente cuadro se podrá observar el nombre de las fuentes más importantes que se citaron en los artículos de opinión del diario Clarín 2012, teniendo en cuenta que el criterio para destacarlas como las más importantes fue por la cantidad de veces que estas aparecen nombradas en dichos artículos.

FUENTES	DESCRIPCIÓN
AACREA	PRIVADO
AFIP	PÚBLICO
Amado Boudou	PUBLICO
ANSES	PÚBLICO



ASAP	PÚBLICO
BANCO BARCLAYS	PRIVADO

BCE	PRIVADO
BCRA	PRIVADO
CARBAP	PRIVADO
Casa de Moneda	PUBLICO
CECHA	PRIVADO
CITIGROUP	PRIVADO
CLARÍN	PRIVADO
CNDC	PÚBLICO
Comisión Nacional de Regulación de Transporte	PUBLICO
CONICET	PUBLICO
Daniel Russo	PÚBLICO
Debora Georgi	PÚBLICO
Dow Jones	PRIVADO
ESKENAZI	PRIVADO
FAA	PRIVADO
FMI	PRIVADA
Gobierno Nacional	PÚBLICO
GRUPO PETERSEN	PRIVADO
Guillermo Moreno	PÚBLICO
IARAF	PÚBLICO
Hugo Moyano	PRIVADO
La Cámpora	PÚBLICO
Lisicki , Litvin & Asociados	PRIVADO
Mariano Rajoy	PÚBLICO
MESA DE ENLACE	PÚBLICO
Ministerio de Economía	PÚBLICO
Ministerio de Planificación	PÚBLICO
PAE	PRIVADO
Renaper	PÚBLICO
REPSOL	PÚBLICO
TBA	PÚBLICO
TÉLAM	PÚBLICO
Unión Europea	PRIVADO
WALL STREET	PRIVADO
YPF	PÚBLICO

### División de Fuentes: gráfico

A continuación se mostrará de manera gráfica las fuentes privadas y públicas con su porcentaje de veces que aparecen citadas en los artículos económicos de opinión, teniendo en cuenta que tomamos para el cuadro anterior y este gráfico las fuentes que más se citaban en dichos artículos, es decir, destacamos las que en porcentaje se citaban mayormente que otras.

En este gráfico podemos observar las fuentes privadas con su respectivo porcentaje de cantidad de veces que fueron nombrados, siendo de este rubro la fuente FMI (17%), la más citada.

En este gráfico podemos observar a las fuentes públicas citadas en el mes de febrero de 2012 en el diario Clarín, siendo a más usada Gobierno Nacional (30%).

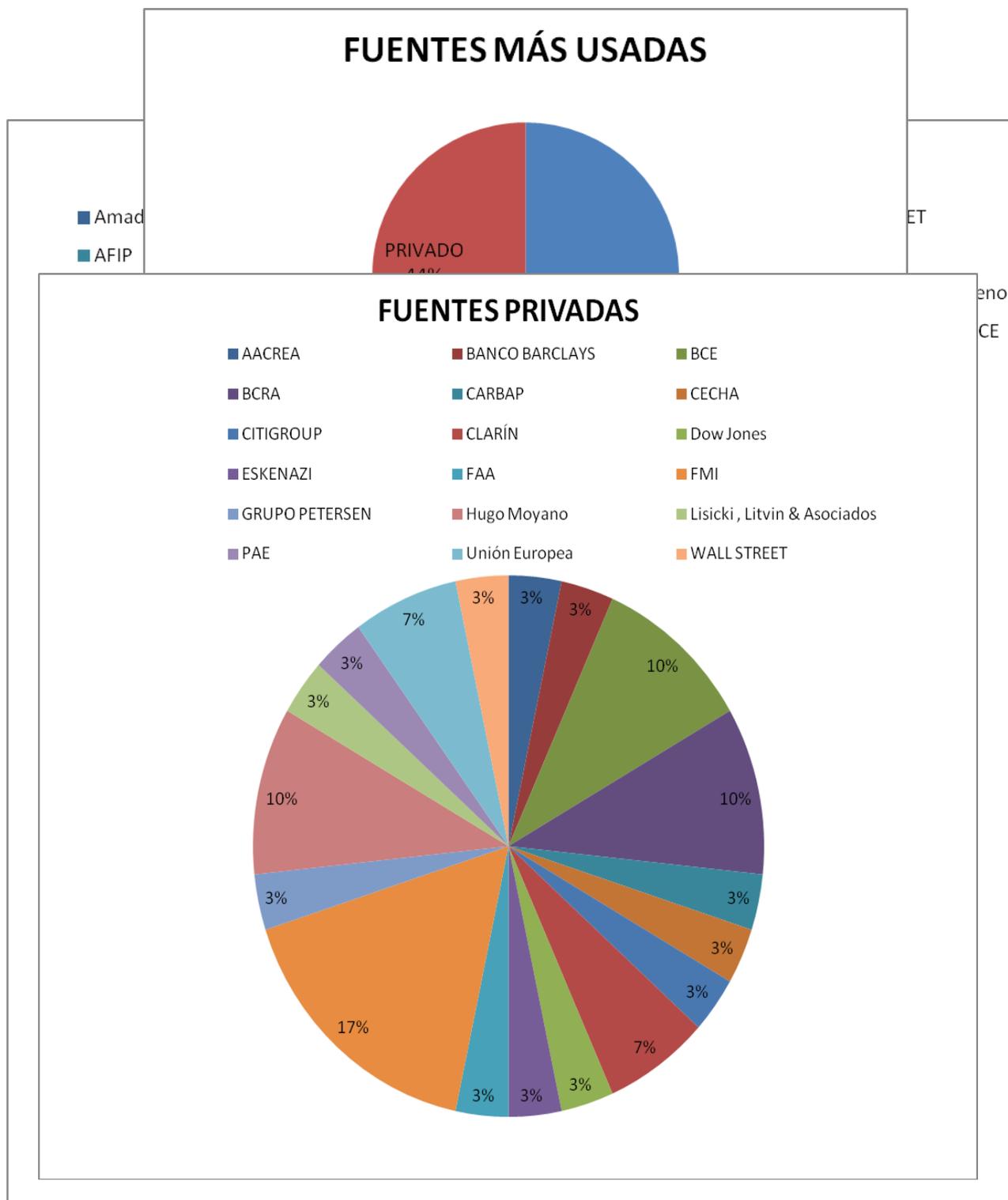
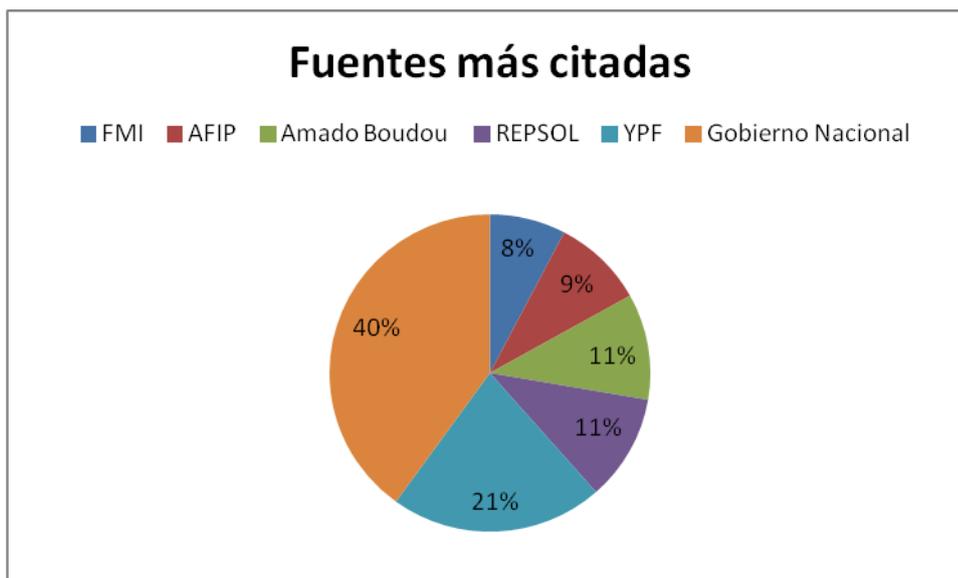


Gráfico sobre las fuentes más utilizadas (privadas/ públicas):

En este gráfico podemos observar que la mayoría de las fuentes citadas en el diario Clarín de febrero de 2012 son las fuentes públicas (56%), mientras que en menor proporción se encuentran citadas las fuentes privadas (44%).

Gráfico con los nombres de las fuentes más citadas (5 veces o más):



En este gráfico podemos observar el porcentaje de las fuentes más citadas en las noticias económicas del diario Clarín de febrero de 2012. Estas fueron citadas 5 veces o más, siendo las más usadas las referidas al Gobierno Nacional (40%) y FMI (21%).

Análisis del vocabulario técnico de los artículos de opinión (Clarín febrero 2012)

En esta sección se incluyen las noticias de opinión diarias que encontramos tanto en la parte principal del diario Clarín, como las que localizamos en los suplementos del domingo “iEco”. Estas noticias están divididas por temas que hemos utilizado para poder clasificarlas por contenido y así distinguir cuál es la agenda económica diaria del periódico Clarín de febrero de este año, además con estos resultados elaboramos un gráfico final en dónde seleccionamos los tres temas más nombrados de la agenda económica (teniendo en cuenta que los tomamos como “más nombrados” por el número de veces que aparecen esos temas en las noticias de opinión).

Respecto al vocabulario que seleccionamos como **técnico**, nos referimos a aquellas palabras que son de la materia economía como: déficit, superávit, bolsa, producción. Es decir, aquellas palabras que definían que la noticia que estábamos leyendo era efectivamente económica. Para esto procedimos del siguiente modo: por un lado leímos la noticia teniendo en cuenta su temática, de qué tópico trataba, si éste era económico o no, una vez que definíamos la temática, lo releíamos y teníamos en cuenta el vocabulario específicamente económico que utilizaba, además incluimos siglas como: YPF, PBI, entre otras. Si bien en el caso particular de este diario no encontramos una gran dificultad para leer las noticias, debido a que, aunque posee palabras de vocabulario técnico económico y algunas siglas que quizá no sean tan conocidas como: WEO (World Economic Outlook), su lectura fue ligera y entendible por el contexto.

Además cabe aclarar que para diferenciar que noticias del día domingo eran del suplemento “iEco” y cuáles no, realizamos la siguiente división: de los días domingos, a aquellas noticias que pertenecen al suplemento ya nombrado pusimos de título “*suplemento iEco*” (colocamos estas en primer lugar cada día domingo) y luego, para comenzar a nombrar las que no pertenecían al suplemento colocamos el título “*principal*”, refiriéndonos a que esas noticias pertenecen a la sección principal del diario y no a ningún suplemento.

Los temas que utilizamos para clasificar las noticias son los siguientes:

**Internacional:** referidos a temas que principalmente hablan sobre la situación de, por ejemplo, Grecia, EEUU, la Unión Europea, la eurozona, las exportaciones, países limítrofes, entre otros.

**YPF:** debido a la gran cantidad de noticias que trataban este tema, decidimos englobar todas estas notas en un solo tema que las contuviese. Es decir, en este tema se encuentran todas las noticias que se refieren a YPF.

**Sueldo:** aquí reunimos todas las noticias referidas a aumentos de sueldo, peticiones de aumento de sueldo, es decir, todas las notas que tuvieran como tema central el salario, por ejemplo, se habló mucho en el mes de febrero del diario Clarín de este año, sobre los sueldos de los legisladores y ministros, estos temas están también dentro de esta sección.

**Subas:** en este tema agrupamos todas las noticias que trataran sobre subas de precios, de facturas, por lo general el tema más tratado en los periódicos de Clarín de febrero, fueron los aumentos del rubro transporte (tarjeta SUBE).

**Divisas:** referido al dólar, euro o real, sus problemas, trabas o controles a este. Generalmente las noticias hablan siempre del dólar y las trabas a la compra de este.

**Empresas:** referidos centralmente a empresas concretas o emprendimientos de alguna empresa ejemplo: "Transener" o cuando habla de que tal empresa de celulares o teléfonos planea invertir en el exterior. Es decir, en esta categoría se encuentran las noticias que tratan sobre una empresa específica.

**Importaciones:** referidos a las noticias que toman como tema central las importaciones a Argentina, algunas de estas notas tratan sobre las trabas a la importación.

**Cicccone:** aquí se encuentran las noticias que se refieren a los conflictos de esta empresa específica. Debido a que las noticias sobre este tema nos parecieron más importantes y reiteradas en comparación con las notas sobre otras empresas, decidimos colocarlas en esta sección específica.

**Gobierno:** nos referimos a este tema, cuando en las noticias, se habla específicamente de nuestros gobernantes, como una noticia en dónde se habla de que el Gobierno tuvo que aceptar un monitoreo al INDEC por parte del FMI, otra dónde se hace referencia a los montos que el gobierno gastó para publicidad. Es decir, englobamos dentro de esta temática aquellos artículos diversos en su tópico (refiriéndonos a qué habla centralmente del gobierno pero sobre diferentes temas) pero que tienen como tema central el gobierno Argentino.

**Industria editorial:** encontramos una noticia que refería específicamente a esta industria y sus problemas actuales, debido al surgimiento de los aparatos e-books que generan competencia, aparte de la suba del precio del papel. Es una nota que habla específicamente de esta industria, por esto decidimos crearle una sección aparte.

**Mercado nacional:** son las noticias que se refieren específicamente a la producción Argentina por ejemplo: el precio y producción de yerba, arroz, soja, entre otras, también aquellas que hablan de la sequía que hubo y cómo ésta afectó al campo y además sobre TELECOM Argentina.

**Inmobiliaria:** se refieren a precios de terrenos, alquiler, problemas con respecto a que no se pueden comprar dólares y esto parece haber paralizado la inversión inmobiliaria. Es decir, se encuentran aquí todas las noticias que se refieren específicamente al mercado inmobiliario.

**Crítica/ análisis sobre crisis y actualidad:** algunas de las noticias económicas de opinión se referían a una crítica o análisis general, sobre la crisis actual (debido a la crisis europea y su influencia en el mundo), son noticias que no se referían a un tema específico sino a un análisis global y general sobre la actualidad, algunas y otras sobre la crisis ya nombrada.

**Minería:** localizamos sólo un artículo en el cuál se hablaba específicamente sobre la empresa *Alumbreira* y de las sospechas que se tiene sobre esta por el dinero que destina a las provincias.

**Otras:** esta sección se refiere específicamente a las noticias que se referían a remas económicos, pero no ingresaban en ninguna de las secciones anteriores, por ejemplo, una noticia que se refería a cómo rendía el sueldo de una persona casada y de una soltera.

Las noticias, con su respectiva sección (tema) y su vocabulario técnico, de difícil comprensión son las siguientes:

Miércoles 1 de febrero:

**Internacional:** *"El crecimiento industrial de Brasil cayó de 0.5% a 0.3%"*

**Divisas:** *"Cuando la escases de dólares manda"*

**Gobierno:** *"El gobierno acepta un nuevo monitoreo del fondo monetario"*

- IPC
- FMI
- PBI

**IPF:** *"Preocupado por el futuro de IPF, el titular de Repsol, viene al país"*

- Bolsa portuaria

Jueves 2 de febrero

**YPF:** *“Gobernadores se suman a la presión del gobierno contra YPF”*

- Regalías
- PAE

**Sueldo:** *“Aumentan a partir de marzo un 17% a jubilados y pensionados”*

Viernes 3 de febrero

**Subsidio:** *“Los damnificados pueden reclamar un subsidio por daños”*

**Sueldo:** *“Los aumentos arrancaron con 24% pero ya piden más de 30%”*

- UDA
- AMEC

**Internacional:** *“Confirman la visita de una alta funcionaria de Obama”*

**Importaciones:** *“El torniquete que causa incertidumbre económica”*

- Torniquete oficial

**Internacional:** *“Escala de crisis social en España: cada día se pierden 900 empleos”*

- EPA

Sábado 4 de febrero

**IPF:** *“El gobierno quitó a las petroleras incentivos por 2.000.000 millones”*

- Resinoplus
- AEA

**IPF:** *“Brufau llegó al país y se recluyó en reuniones con la cúpula de YPF”*

- Inversiones

**Divisas:** *“Implementan control de importaciones con el trasfondo de la crisis energética”*

- IAE

**Opinión/ análisis sobre crisis y actualidad:** *“Bleyer: no habrá una crisis financiera como en 2008”*

**Internacional:** *“Cae el desempleo en EEUU y se afianza la chance de Obama”*

- No posee vocabulario técnico.

Domingo 5 de febrero

**Suplemento iECO:**

**Importaciones:** *“La crisis no frenó las inversiones”*

- IED
- OIT
- EMI
- ADIMRA

**Empresa:** *“Un nuevo escenario con ganadores y perdedores”*

- Expansión inferior interanual

**Divisas:** *“Más control oficial al giro de divisas de las multinacionales”*

- Disvaliosas

**Principal:**

**YPF:** *“Otro duro embate del gobierno contra YPF”*

**Subas:** *“Cuando funciona a pleno, el sube generará una caja de 1.200 millones”*

- No posee vocabulario técnico.

**Subsidios:** *“Jubilados que viven en edificios podrían perder subsidios”*

- Venatorio

**Importaciones:** *“Llega una enviada desde Brasil para negociar importaciones”*

**Internacional:** *“EEUU dejó atrás la crisis y se apresta a recuperar su papel”*

Lunes 6 de febrero

**Internacionales:** *“Grobocopael para crecer hay que estar en Brasil”*

- No posee vocabulario técnico.

**Mercado Nacional:** *“Creció la producción de cítricos y caen los precios”*

**Internacional:** *“UE: se endurece cada vez más y amenaza a Grecia para que ajusten”*

**Otras:** *“Turismo GNC en la rocha: con \$2.500 se quedan hasta diez días en la playa”*

- No posee vocabulario técnico.

Martes 7 de febrero

**Internacional:** *“Cristina pretende que Dilma siga su política comercial”*

- Sintonía fina

**Internacional:** *“Malvinas: aseguran que el bloqueo no afecta a la pesca”*

- No posee vocabulario Técnico.

**YPF:** *“Brufau seguiría hoy sin ser recibido por el gobierno”*

Miércoles 8 de febrero

**Importaciones:** *“El gobierno rechazó uno de cada tres pedidos de importación”*

- AFIP
- TIMIG
- Licencias automáticas

**Cicccone:** *“Más indicios entre la relación de Boudou y los dueños de Cisccone”*

**YPF:** *“Reproches y reclamos en una reunión entre Repsol y el gobierno”*

**Sueldo:** *“Provincia: estatales piden el 35% de aumento y crecen los reclamos”*

- ATE
- SEB

**Mercado Nacional:** *“Los lácteos cuentan más pero los tamberos reciben muy poco”*

**Inmobiliaria:** *“El precio de los terrenos subió 18% en un año”*

**Internacional:** *“Grecia llegó a un acuerdo para implementar un fuerte ajuste”*

- Proka
- FMI
- BSE

**Opinión/ análisis de crisis y actualidad:** *“El populismo económico siempre es autodestructivo”*

- No posee vocabulario técnico.

**Otras:** *“Del Split en cuotas al ventilador de techo”*

Jueves 9 de febrero

**YPF:** *“Busca una ecuación para girar dividendos e invertir más”*

**Subas:** *“Por alimentos y combustible la inflación de enero fue 1,9%”*

**Cicccone:** *“El caso Cicccone: un monotributista pagó al contado y levantó la quiebra”*

- No posee vocabulario técnico.

**Mercado Nacional:** *“Por la sequía, ya se estima una baja del 30% en la cosecha de yerba mate”*

**Internacional:** *“Ya sin tiempo, Grecia buscará hoy salvarse de la bancarota”*

- BCE

Viernes 10 de febrero

**Suba:** *“Por demoras, postergan la suba del boleto hasta marzo”*

- No hay vocabulario técnico.

**Suba:** *“Los pobres gastan 20% de sus ingresos en el transporte”*

**Internacional:** *“La enviada de Obama trajo a la Argentina reclamos comerciales”*

- Holdouts

**YPF:** *“El gobierno sumó a las provincias petroleras en su embate contra YPF”*

- Especulación bursátil
- Sobrecostos

**Cicccone:** *“Cicccone tras otro acuerdo millonario con el Estado: patentes para autos”*

Sábado 11 de febrero

**Subas:** *“Tarifas: el gobierno ya no puede ocultar los aumentos que vienen”*

- Redireccionamiento de recursos

**Subas:** *“El gobierno autoriza aumentos de hasta 30% en vuelos de cabotaje”*

**Cicccone:** *“Cicccone: el monotributista amigo de Boudou giró \$1,8 millones”*

**Subas:** *“El INDEC culpó al alza del subte por el avance en la inflación”*

- Índice del congreso
- Canasta total

- ATE

**Empresas:** “Cencosud invertirá US\$ 147 millones”

Domingo 12 de febrero

**Suplemento iEco:**

**Empresas:** “Cambios en Ingresos Brutos para pequeños contribuyentes”

- AGIP

**Sueldo:** “Después del salto de 2011, los salarios tendrán este año un desempeño acotado”

**Internacional:** “La economía 2012 según el FMI”

- WEO
- Bonos soberanos

**Industria editorial:** “Industria editorial: esperanza y temor”

**Empresas:** “Más emprendedores que nunca”

- GEM
- TEA
- Rebote

**Principal:**

**Subas:** “El gobierno confirmó a los gremios que sube 20% el mínimo de ganancias”

**Internacional:** “Empresarios del Mercosur se reúnen por trabas comerciales”

- Proteccionismo
- Restricciones comerciales impuestas

**Crítica / análisis de crisis y actualidad:** “El responsable es el Gobierno, no las empresas”

- No posee vocabulario técnico.

**Crítica / análisis de crisis y actualidad:** “Ya se lo habíamos dicho a Néstor Kirchner”

Lunes 13 de febrero

**Sueldo:** “Se endurece la pulseada por una baja mayor en Ganancias”

**Sueldo:** “Paritaria docente, otra prueba en la tensa relación de Olivos y Scioli”

- No posee vocabulario técnico.

**Sueldo:** “Por año me descuentan casi un sueldo entero”

- No posee vocabulario técnico

**Importaciones:** “Industrias de San Pablo piden hoy explicaciones”

**Sueldo:** “Misiones difunde su IPC con un mes de demora”

**Otras:** “Crece el rojo comercial con el planeta Tantor”

- Ecuaciones econométricas

**Mercado Nacional:** “Otra vez, Argentina no podrá cumplir con la Cuota Hillton”

**Empresas:** “Moreno le soltó la mano y EKI está en la cuerda floja”

Martes 14 de febrero

**Sueldos:** “Sueldos de legisladores y paritarias”

**Sueldos:** “La CTA pedirá hoy una suba del 35% en el mínimo de Ganancias”

**Importaciones:** “Importaciones: Brasil presiona, pero no quiere arriesgar negocios”

- Torniquete

**Importaciones:** “El Gobierno intenta una tregua con los industriales paulistas”

**Empresas:** “Un gigante chileno sacude el negocio de Coca-Cola en la Argentina”

Miércoles 15 de febrero

**Subas:** “Suben los subsidios para atenuar ajustes de tarifas”

- Desembolso de subsidios

**Sueldo:** “El aumento de bolsillo para los legisladores llegó a un 150%”

**Sueldo:** “El sueldo de los ministros ya alcanza los diez mil dólares”

- Pesos bruto

**Mercado nacional:** “Sequía: Cristina minimiza y según en INTA la pérdida llega al 14% de la cosecha”

- No posee vocabulario técnico.

**YPF:** “Chubut presiona a YPF y alivia al resto de las petroleras”

**Empresas:** “Los fundadores de Officenet vuelven con un nuevo proyecto”

**Internacional:** “Crecen quejas en EEUU por las trabas comerciales”

Jueves 16 de febrero

**Minería:** "Tucumán bajo sospecha por los millones de la minería"

**Sueldo:** "Congreso: ahora exigen saber cuánto ganan en el ejecutivo"

**Sueldo:** "Más del 90% de los senadores canjeó pasajes por efectivo"

**YPF:** "Otro embate del gobierno a YPF: sanción por U\$S 20 millones"

- Deuda firme

**Divisas:** "Dudas sobre el cepo cambiario, a la espera de los dólares de la soja"

- Cepo cambiario

**Importaciones:** "Importadores dicen que faltan insumos y apuntan a Paglieri"

- Licencias no automáticas

**Internacional:** "Duro ajuste en Brasil: recortan gastos por US\$32 mil millones"

Viernes 17 de febrero

**Subas:** "Les quitan subsidios y subirán los diferenciales"

**Sueldo:** "El gasto del Congreso subió un 603% durante el kirchnerismo"

**Divisas:** "Se duplicó la salida de capitales: US\$21.500 millones en 2011"

**YPF:** "Ahora el gobierno e YPF pelean por las trabas a la importación"

**Internacional:** "Rajoy advierte que la economía y la desocupación española empeorarán"

Sábado 18 de febrero

**Ciccone:** "Pese a las denuncias quieren que imprima billetes de \$100"

**Sueldo:** "Los legisladores disponen de casi \$25 millones para ayuda social"

**Sueldo:** "Piden subas trabajadores de trenes y colectivos"

**Opinión/ análisis de crisis y actualidad:** "La economía avanzó 8,8% en 2011 pero el crecimiento se desacelera"

**Mercado nacional:** "Telecom: la quita de subsidios impactará en los celulares"

- Portabilidad

Domingo 19 de febrero

**Suplemento iEco:**

**Divisas:** "los efectos de las trabas a la compra de dólares 'legales'"

- 

**Crítica/ análisis a crisis y actualidad:** "Los cinco desafíos económicos que enfrenta el gobierno en 2012"

- Commodities

**Divisas:** "Dólares y beneficios fiscales, las encrucijadas de tierra del fuego"

- Sustitución de importaciones

**Mercado nacional:** "Record de exportaciones de la industria vitivinícola"

- No posee vocabulario técnico.

**Principal:**

**Inmobiliaria:** "ABL: la suba va del 100% al 300%, según los barrios"

**Importaciones:** "Moreno suspendió el pago de los combustibles que se importan"

**Empresas:** "Empresas argentinas y políticos italianos, atrás de la venta de Telecom"

- No posee vocabulario técnico.

**Empresas:** "Economía plantea a Empresas cómo moverse con dólar quieto"

Lunes 20 de febrero

**Subas:** "Claves de suba de la caja tributaria en la Argentina y en el mundo"

**Sueldo:** "Los legisladores porteños se quejan de su sueldo, pero por ahora no aumentarán"

**Otras:** "Sopa de gemelo en la economía no convencional"

- Genoeconomics

- Sesgos estadísticos

**Internacional:** "Los autos son hoy más baratos en Argentina que en Brasil"

- Leasing

**Empresas:** "Fraudes en alza y empresas con defensas bajas"

**YPF:** "El fin del relato petrolero del gobierno"

**Internacional:** "Masivas marchas en España contra la reforma laboral impulsada por Rajoy"

**Internacional:** "La eurozona debate si otorga a Grecia un nuevo préstamo"

Martes 21 de febrero:

**Subsidios:** "Intendentes del GBA reclaman al Gobierno plata para nuevas obras"

**Gobierno:** "Ahora La Cámpora tomó el control de la millonaria publicidad oficial"

- No hay vocabulario técnico.

**YPF:** “El Gobierno busca sacar a YPF de las importaciones de gasoil”

**Internacional:** “China corrió a Taiwán del comercio con Argentina”

**Internacional:** “Europa impuso más controles a Grecia y desbloqueó la ayuda”

- Troika

Miércoles 22 de febrero

**Crítica/ análisis de crisis y actualidad:** “Carnaval con contrastes económicos”

**Divisas:** “Nuevos conflictos para salvar dólares”

**YPF:** “Suspendieron el pago del alquiler de los barcos regasificadores”

**Internacional:** “El oro y el petróleo en carrera alcista contagian los mercados”

**Internacional:** “Peligran las ventajas comerciales en EEUU”

- Laudos
- CIADI
- Fondos buitres

**Internacional:** “Estiman menor crecimiento por la crisis internacional”

**Gobierno:** “Argentina, cuarta potencia creativa”

- No hay vocabulario técnico.

**Internacional:** “El rescate a Grecia implica una severa cesión de soberanía”

- Default
- Troika

**Internacional:** “Italia: la salud pública, castigada por el recorte”

**Empresas:** “El boom del celular inteligente se duplicó la cantidad de smartphones en un año”

- No hay vocabulario técnico.

**Subas:** “Vuelta a clases: consejos para elegir la mochila más adecuada”

- No hay vocabulario técnico.

**Subas:** “Un Everest para la economía familiar”

- Canasta escolar

Jueves 23 de febrero

**Empresas:** “Macri aceptó colocar el bono Tango a una tasa de casi 10%”

- Transener

**Inmobiliaria:** “Negocios en EEUU para los que tienen plata afuera”

Sábado 25 de febrero

**YPF:** “Las provincias petroleras moderan el embate del Gobierno contra YPF”

**Ciccone:** “Cortaron fondos a Casa de Moneda para así favorecer a la ex Ciccone”

**Empresas:** “SanCor vende el 80% de su negocio de nutrición infantil”

- No hay vocabulario técnico.

**Empresas:** “La crisis de los frigoríficos alcanzó al gigante Cresud”

- IRSA

Domingo 26 de febrero

**Suplemento iEco:**

**Mercado nacional:** “Fuertes altibajos entre las economías regionales”

**Divisas:** “El fetichismo del dólar apasiona a pequeños y grandes ahorristas”

- Finsoport.

**Subas:** “Postergarían el anuncio del aumento en colectivos y trenes”

**Internacional:** “Angola, el país de los diamantes y del petróleo que eligió Moreno”

**Internacional:** “El boom del gas en EEUU modifica la ecuación energética”

Lunes 27 de febrero

**YPF:** “En YPF el Gobierno decida intervenir la empresa”

- No hay vocabulario técnico.

**Importaciones:** “Uruguay estudia represalias por las trabas al comercio”

**Inmobiliaria:** “Sin acceso al crédito, hay más inquilinos y menos propietarios”

**Importaciones:** “Techint suma más trenes de cargo”

**Crítica/ análisis a crisis y actualidad:** “Dr. Jekyll y Mr. Hyde en las conductas de compra”

Martes 28 de febrero

**Ciccone:** “Ciccone: ratificaron que actuó un “testaferro” de Boudou”

- Fondo de inversión

**YPF:** “En España temen que la embestida contra YPF llegue a otras empresas”

**Sueldo:** “Paritarias, con el telón de fondo de fuertes diferencias en salarios”

- No hay vocabulario técnico.

**Empresas:** “La tecnología le marca el paso al negocio de la telefonía móvil”

- No hay vocabulario técnico.

Miércoles 29 de febrero

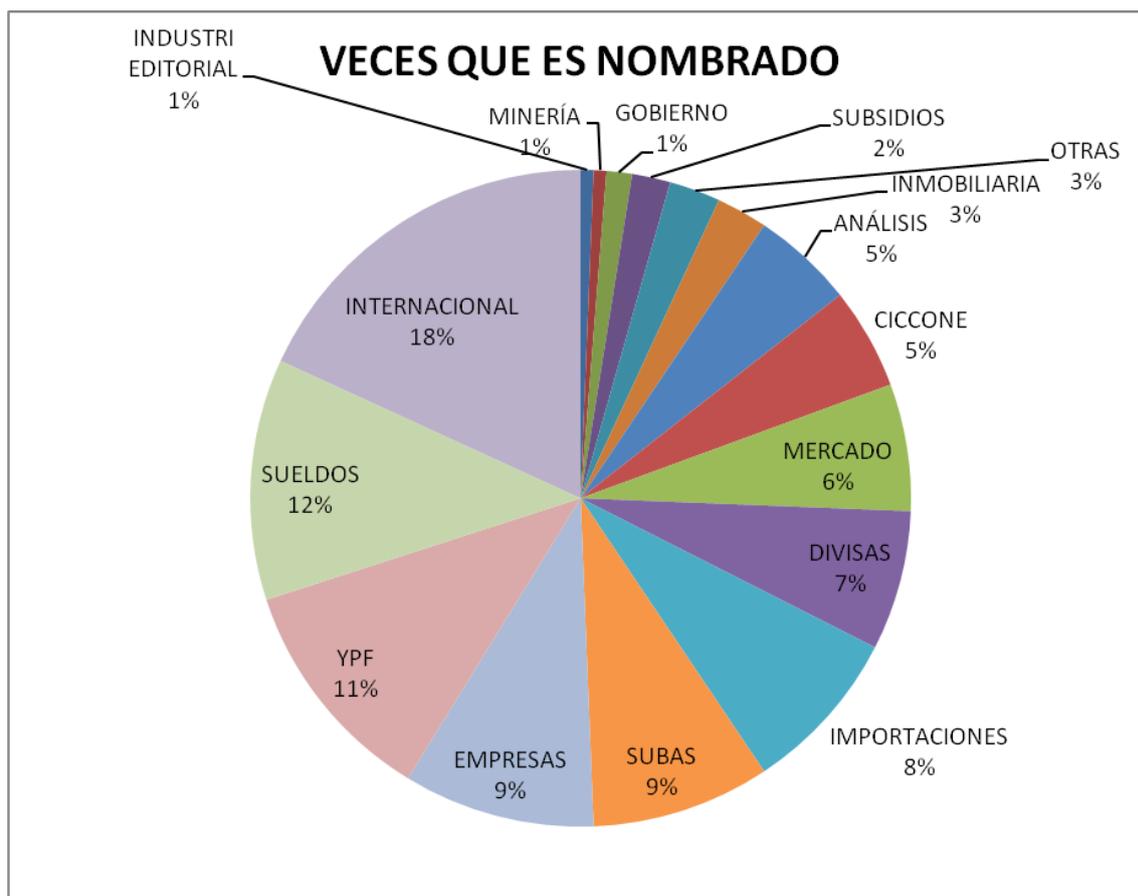
**YPF:** “Crecen las dudas sobre YPF y las acciones siguen cayendo”

**Divisas:** “Por los controles de Moreno, las escrituras en capital cayeron 10%”

**Importaciones:** “Alianza en EEUU para ganarle a Monsanto con la semilla de soja”

- No hay vocabulario técnico.

**Mercado Nacional:** “El campo asegura que no le cierran las cuentas”



### Agenda económica diario Clarín, febrero 2012

A continuación se presentan dos gráficos, el primero contiene la información de los temas anteriormente citados y el porcentaje se veces que aparecen en las noticias de opinión del diario Clarín de febrero 2012. En el segundo gráfico se presentan los tres temas más nombrados en el diario Clarín de febrero de este año, decidimos destacarlos en una gráfica aparte, debido a que queríamos destacar los temas (tres de ellos) más nombrados.

Gráfico con temas y sus porcentajes de veces que aparecen:

Gráfico con los tres temas mayoritarios:

- El **vocabulario** que analizamos en el diario Clarín de febrero no es difícil su lectura, el lenguaje utilizado no fue muy técnico ni específico. Había muy poca utilización de lenguaje específicamente económico y si lo había eran términos predecibles por quien lo leyese como: déficit o paritarias. En el caso de no saber lo que significa el contexto de la noticia hacía que fuese fácil deducir a que se refería el autor, de qué estaba hablando, qué quería decir. Además en el análisis diario y específico de las noticias económicas de análisis y opinión detectamos que la mayor dificultad pudo haberse dado en la interpretación de algunas siglas como: WEO (World Economic Outlook), sin embargo, la no interpretación de algunas de estas palabras, no genera la no comprensión del texto informativo en sí.



- La **agenda económica**: el tema más tratado en la agenda económica de febrero por el diario Clarín de febrero fue “internacional”, es decir, temas referidos al extranjero como: problemática en Grecia, la eurozona, la UE, las exportaciones, entre otros. El segundo tema más tratado fue “sueldos”, aquí están los temas que trataran sobre sueldos, los más vistos fueron: sueldos de legisladores, jueces y ministros, sueldo de maestros, la falta de suba de sueldos, entre otros. El tercer tema más tratado fue “YPF”, referidos a los problemas que tiene el Gobierno con esta empresa, su baja de producción, la preocupación de la petrolera Repsol, entre otras.
- Respecto a **si los artículos** son mayormente de opinión o de información, (Clarín del mes de febrero de 2012), la mayor parte de las noticias publicadas fue de opinión y análisis (61%).
- En torno a los **periodistas que firman** los artículos periodísticos, en el diario Clarín de febrero, una minoría de los firmantes (15), posee una formación en economía, la mayoría de ellos son periodistas, comunicadores y un pequeño porcentaje abogados.
- Relacionado con el **porcentaje total de noticias económicas** sobre el total de noticias emitidas en el diario Clarín en el mes de febrero de 2012, concluimos en que, si bien el porcentaje de noticias económicas es elevado: 263 noticias económicas (contando las de información y las de opinión y análisis), aún así el total de noticias que no son económicas (1214) supera el número de las que sí lo son.
- Finalmente respecto a las **fuentes** la gran mayoría de ellas pertenecen al sector público. En el gráfico presentado en el desarrollo del trabajo se pueden ver los porcentajes de la cantidad de veces que estas aparecen citadas, siendo las más citadas: Amado Boudou (21%) y AFIP (18%). Las fuentes se refirieron a entidades y personas que tienen relación con la política económica tanto nacional como internacional.

## Diario CLARÍN, mes JUNIO 2012

El diario Clarín presenta un total de 40 notas por día aproximadamente, al mes serian 1200 notas de cualquier tipo (política, espectáculos, etc.)

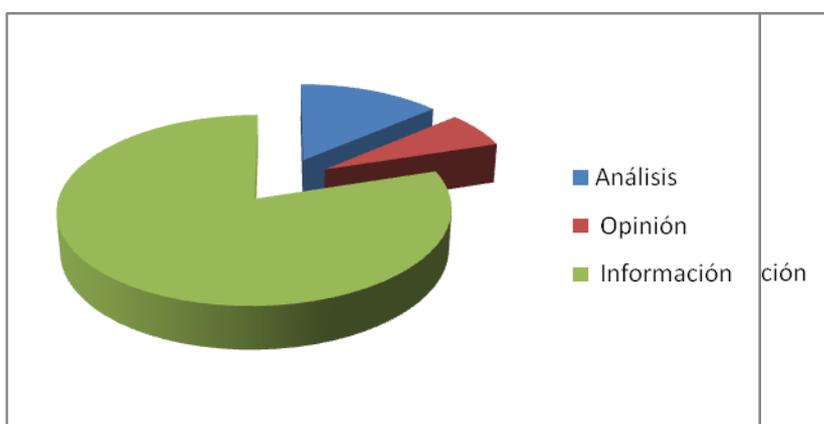
Sobre este total se registran 204 notas económicas, ya sean de análisis, de información y de opinión.

Dentro de los artículos que se tuvo en cuenta para realizar el trabajo solo se incorporo iECO, el suplemento de economía. Los siguientes suplementos no se analizaron:

- Domingos: revista Viva y Viajes.
- Lunes: suplemento Deportivo (que de Martes a Domingo aparece en el cuerpo del diario).
- Martes: Arquitectura
- Miércoles: Ollas y Sartenes, de cocina y el suplemento de informática llamado Next
- Jueves: suplemento de Autos.
- Viernes: Sí!, suplemento joven.
- Sábado: Countries, Rural, Mujer y Ocio

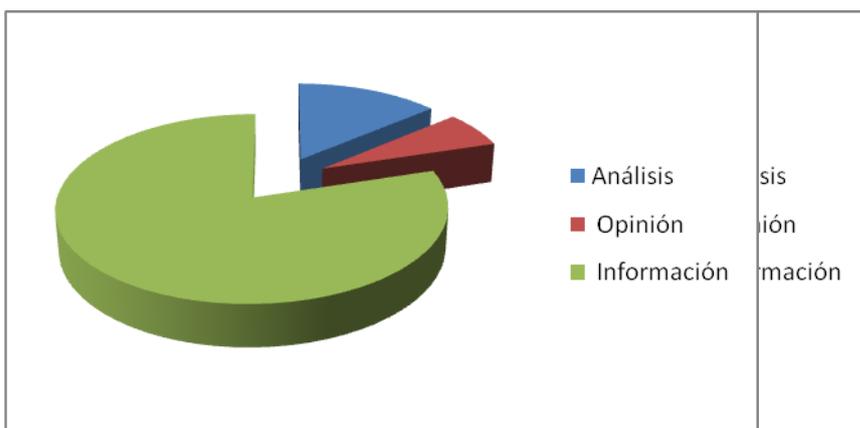
En Junio de 2012 se registró un total de 204 notas económicas en el diario Clarín. De las cuáles, 28 son de análisis, 13 de opinión y 163 de información.

### Cantidad de notas en números



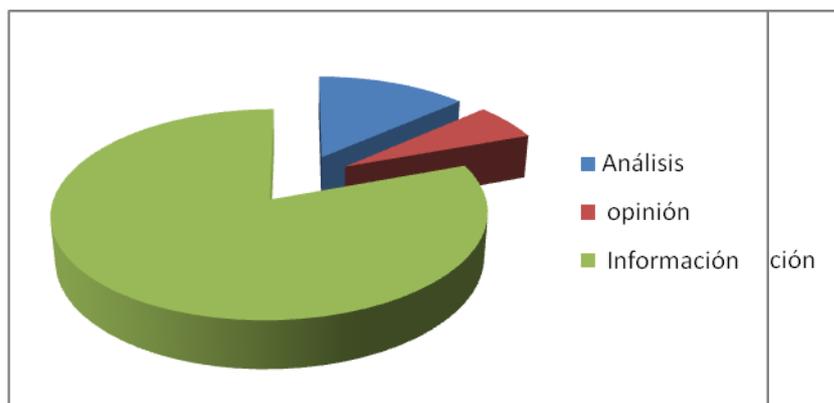
Análisis	28
Opinión	13
Información	163

**Cantidad de notas en porcentaje**



Análisis	13,70%
Opinión	6,30%
Información	79%

**Cantidad de notas por día en porcentaje**



Del total de las noticias de opinión y análisis se recabaron los siguientes datos:

**Lista de Firmantes y formación profesional:**

La siguiente lista se considera todos los nombres de profesionales firmantes de noticias tanto de opinión como de análisis. Con esto lo que se busca reconocer si los firmantes son profesionales del área de la economía o son comunicadores con conocimientos en la materia.

MARTIN BIDEGARAY: Periodista.

MARCELO CANTON: Periodista. Editor en Clarín y en Gallaretas de Nordelta.

DAVID BRUNAT: Periodista. Corresponsal freelance en Asia.

HECTOR HUERGO: Periodista agropecuario y director del Suplemento Clarín Rural.

LUIS RAPPOPORT: Licenciado en Economía y docente.

MARCELO BONELLI: Periodista. Conductor de A Dos Voces, programa de análisis y debate político.

SILVIA NAISHTAT: Ingeniera agrónoma. Editora de la sección Economía del Diario Clarín. Y columnista en el programa radial El Show de la Noticia que conduce Roberto Pettinato.

MARCELA PAGANO: Periodista.

IDAFE MARTIN: Periodista.

SANTIAGO FIORITI: Periodista. Redactor de la sección El País del diario Clarín.

ISMAEL BERMUDEZ: Periodista y Licenciado en Economía.

ANA BARON: Periodista. Corresponsal en Washington, DC, para Clarín.

ROBERTO LAVAGNA: Economista. Ex ministro de economía.

GUIDO BRASLAVSKY: Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

GUILLERMO VILLAREAL: Periodista.

LUIS CERIOTTO: Periodista.

PABLO NOVILLO: Periodista.

EDUARDO AULICINO: Profesor de Historia. Prosecretario de Redacción del Diario Clarín y columnista político de "La Letra Chica" por FM Milenium.

GUSTAVO BAZZAN: Licenciado en Comunicación Social Editor en Clarín.

NATALIA MUSCATELLI: Periodista de la sección Economía del diario Clarín.

TOMAS CANOSA: periodista de Economía del diario Clarín.

EDUARDO VAN DER KOOY: Periodista.

ISABEL STATRATTA: Periodista.

PABLO MAAS: Licenciado en economía.

OSCAR MARTINEZ: Periodista.

CARLOS BOJADJIAN: Periodista.

ALCADIO OÑA: Periodista.

ROXANA BADOLINI: Periodista. Corresponsal de Clarín.

MARCIO RESENDE: Periodista brasileño.

MARCELO RAIMON: Periodista.

ANTONIO ROSSI: Periodista.

LUCIO F MOORES: Periodista.

RODOLFO LARA: Periodista.

LEONARDO MINDEZ: Periodista.

DANIEL FERNANDEZ CANEDO: Periodista.

MATIAS LONGONI: Periodista.

GUSTAVO GROBOKOPODEL: Ingeniero Agrónomo.

PAULA LUGONES: Periodista.

NATASHA NIEBIESKIKWIAT: Periodista.

CARLOS GUAJARDO: Periodista.

PABLO BIFFI: Periodista.

DAVID JURY: Periodista.

GEORGE SOROS: Especulador financiero, inversor, filósofo y activista político de origen húngaro y nacionalizado estadounidense.

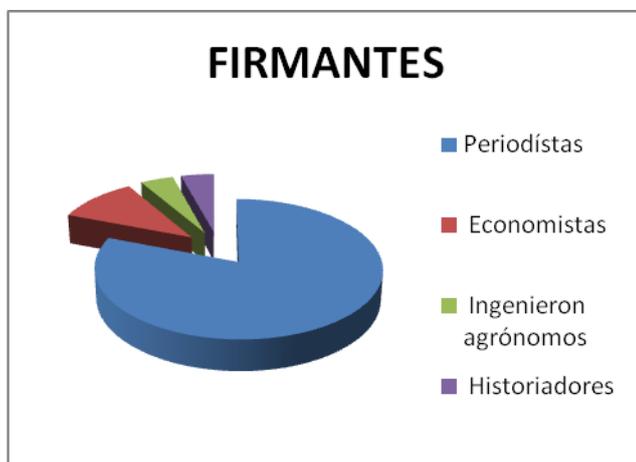
DAMIAN KANTOR: Historiador.

CARLOS GALVAN: Periodista.

SILVANA BOSCHI: Periodista.

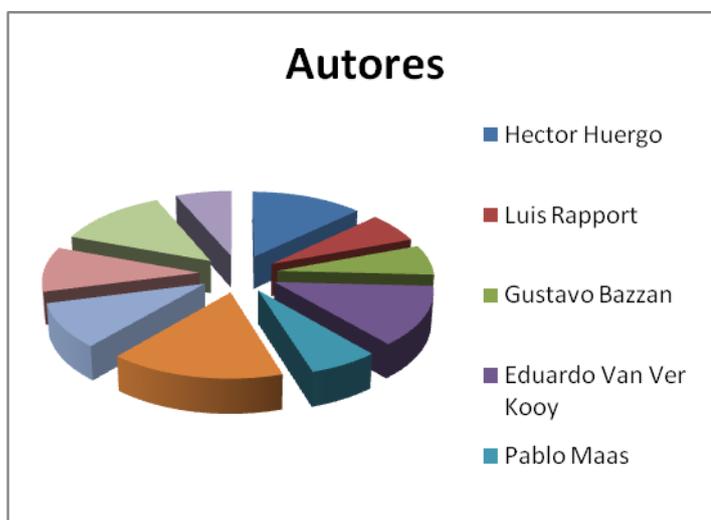
POOL KRUGMMAN: Economista y periodista estadounidense.

JULIO ALGAÑARAZ: Periodista.



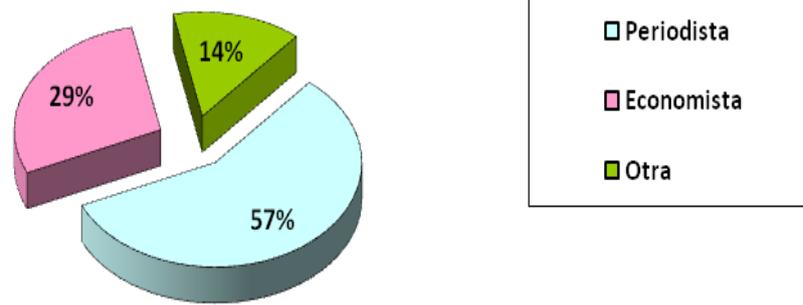
Firmantes	48 Total
Periodistas	38
Economistas	5
ingenieros agrónomos	2
Historiadores	2

En líneas generales las notas económicas están firmadas en casi su totalidad. Las notas de opinión van firmadas en su mayoría, con el respaldo del medio, o bien hacen citas de opinión en las que



Hector Huergo	4
Luis Rapport	2
Gustavo Bazzan	2
Eduardo Van Ver Kooy	4
Pablo Maas	2
Alcadio Oña	5
Marcelo Raymon	3
Antonio Rossi	3
Daniel Fernandez Canedo	4
George Soros	2

queda claro quién es el que da la ponencia. Del total de profesiones que firmaron las notas de opinión, podemos determinar quienes fueron los autores que lo hicieron en más de una oportunidad: Dentro de los firmantes de las noticias de opinión, las profesiones que redundan son:



**Tipos de fuentes:**

Dentro de las todas las noticias de economía que se presentaron en el diario, se brinda información recaudada de diferentes fuentes, de allí la necesidad de reconocer los tipos de fuentes citadas, dividiéndolas en: Fuentes Oficiales y No Oficiales.

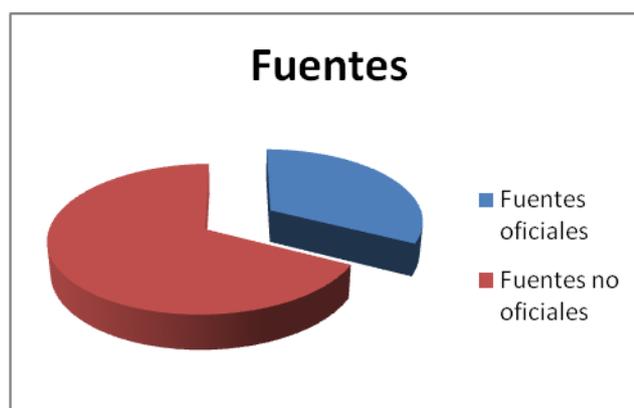
**FUENTES OFICIALES:**

- INDEC
- CENTRO DE ESTUDIOS CIFRA
- AFIP
- BOLETIN OFICIAL
- HECTOR TIMERMAN
- CRISTINA KICHNER
- KICHILOFF
- ANSES
- SCIOLI
- GUILLERMO MORENO
- MIGUEL GALLUCCIO (TRANSPORTE)
- FLORENCIO NADAZZO
- FRANCO TABORDA
- ABAL MEDINA
- COMISION EUROPEA (EUROSTAT)
- ANIBAL FERNANDEZ
- JUAN MANUEL DE LA SOTA
- FMI

**FUENTES NO OFICIALES:**

- ANGEL GURMIA , TITULAR OCDE
- PRESIDENTE DE LA UIA
- DIRECTOR DE TECHINT
- RICARDO HAUSSMAN

- PASCAL LAMY
- PRESIDENTE DE BANCO HIPOTECARIO
- CAME, CONFEDERACION DE MEDIANAS EMPRESAS
- CONSULTORA CCR
- CANCELLER BRASILEIRO
- DAVID CAMERON, PRIMER MINISTRO INGLES
- CARLOS SLIM DOMIT, EMPRESARIO
- CAMARA ARGENTINA DE ACERO
- OCDE
- JUEZ OSCAR PAPAVERO
- CONSULTORA ABECEB.COM
- FUNDELEC
- RICARDO BURELLI
- ALBERTO FROLA, PRESIDENTE DEL CARBAP
- CONSULTORA ELYPSIS
- EDUARDO CURIA, ECONOMISTA
- DENG, FUNCIONARIO CHINO
- ZHOO BENG TANG, FUNCIONARIO CHINO
- PRESIDENTE DE BANCO SANTANDER
- WEN JIABAO PRESIDENTE CHINO
- BICE
- TELAM
- MACHINEA, EX MINISTRO DE ECONOMIA
- IARAF



Fuentes oficiales	32,50%
Fuentes no oficiales	67,50%

Entre los temas de mayor preponderancia durante el mes de Junio del diario Clarín, pone especial foco en informaciones relacionadas al “CEPO CAMBIARIO”, ósea a las dificultades para cambiar pesos a dólares y para sacar esos dólares del país.

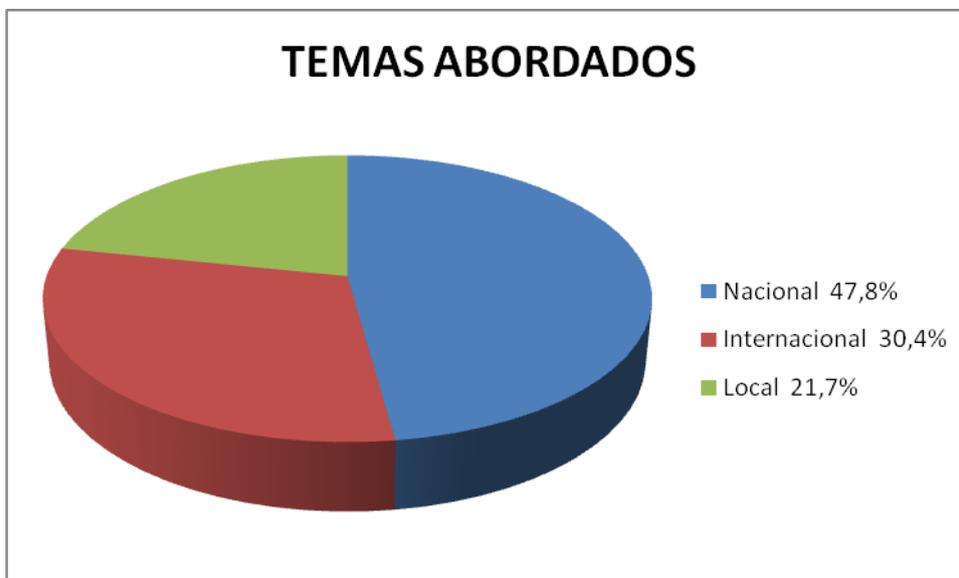
Otro tema de mucha reiteración en las páginas del diario esta referido a la inflación, donde se incluyen muchas notas de opinión sobre Moreno y su plan. Y muchas notas informativas sobre la suba de precios y la poca liquidez de los salarios.

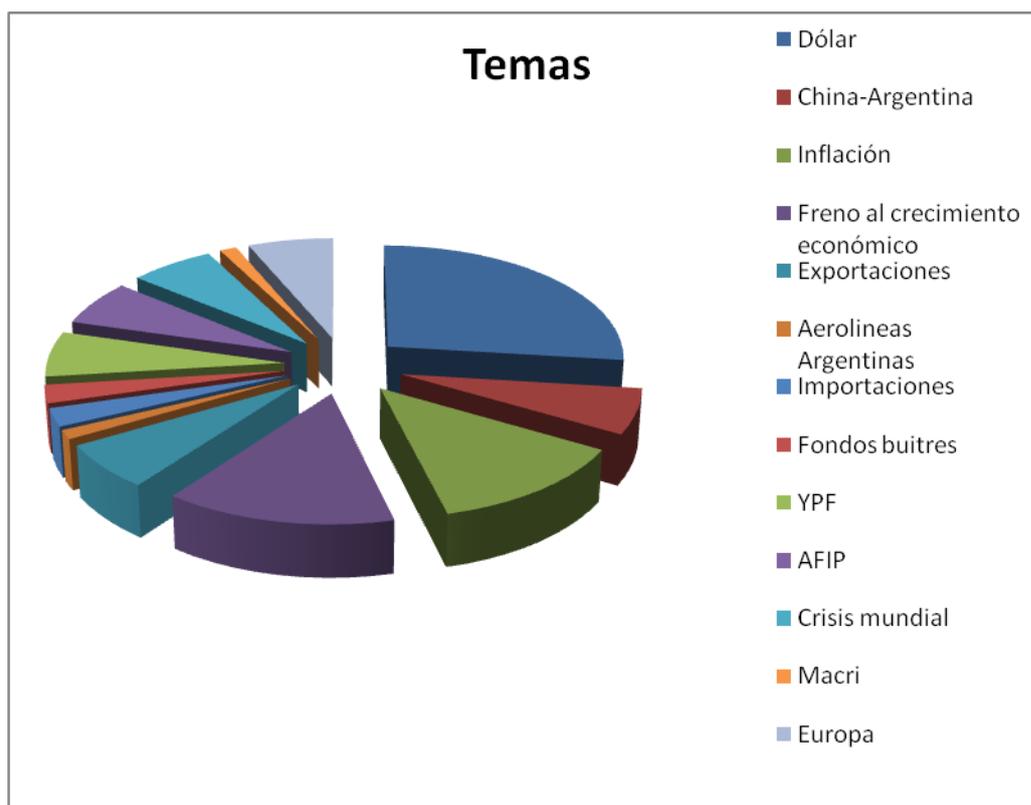
Se pueden observar notas de opinión sobre el freno del crecimiento económico del país y mucha información sobre de que modo afecta esto a la visión extranjera sobre el país y al comercio exterior.

Los temas que mas cita en sus páginas económicas el diario Clarín son los concernientes a la administración central del Estado, sus políticas en cuestiones inflacionarias y de crecimiento económico o estancamiento económico.

Aunque hay información sobre las políticas de Sciulli y Macri, no le dedican a estos ninguna nota de opinión en este mes y sobre el total de notas informativas es casi imperceptible sus apariciones. A pesar de que es un diario de tirada nacional, sorprende que no hable de la economía local ( Bs.As).

Respecto a las noticias internacionales, la agenda de mes de junio esta abarcada por el contacto entre Argentina y China y en menor medida las relaciones del MERCOSUR.





Dólar	21
China-Argentina	5
Inflación	10
Freno al crecimiento económico	11
Exportaciones	5
Aerolíneas Argentinas	1
Importaciones	2
Fondos buitres	2
YPF	5
AFIP	5
Crisis mundial	5
Macri	1
Europa	5

### Lenguaje que se utiliza en las noticias económicas

El tipo de lenguaje que se utiliza en la mayoría de las noticias, contiene un tecnicismo pero mediado con un lenguaje coloquial. Por lo que el público en general no debería tener dificultades, aunque cabe destacar que en las secciones de economía, las noticias son más específicas, y para su comprensión se hace necesario un público con algunos conocimientos previos en economía; debido a que se utilizan palabras de la jerga económica o siglas aunque no resultan por completo desconocidas.

En este aspecto es relevante hacer hincapié, en quien es el receptor de las mismas, un público en general, tanto como empresarial; aunque como se lo indico anteriormente, en noticias específicamente económicas, se utilizan terminologías técnicas, por lo que se hace necesario un receptor con algunos conocimientos en economía. La comprensión por parte del público, se facilita por publicación de imágenes, grandes titulaciones que sirven de apoyo al contenido escrito. Cabe destacar que no se observan gráficos de barras, de tortas, ni de ningún tipo de índices en los diarios analizados.

**Lista de palabras que pueden resultar desconocidas**

Términos económicos:

- Agencias de calificación
- Ajuste de gasto de la demanda
- Amortizaciones de bienes
- Aportes no Reintegrables
- Bancarización
- Barreras no arancelarias
- Bono de deuda
- Conciliación Obligatoria
- Confiscación Tributaria
- Dictamen presupuestario
- Hiperinflación
- Insolvencia de Créditos
- Mercado único de cambios
- Política de Ajuste Fiscal
- Recesión
- Recetas de ajustes
- Superávit primario
- Sustentabilidad
- Tasas de interés reales
- Pesificación

Neologismo:

- Calentamiento de la economía
- Crack bursátil
- Desahogo financiero
- Enfriamiento de la Economía
- Grandes Pools
- Gurúes
- Pata Productiva
- Rebote de la Economía
- Cepo al dólar
- Fondos buitres
- Dólar Blue
- Eurocrisis
- Dólar paralelo

- Ancla antiinflacionaria

Frases de otros lenguajes:

- Divorcio de la política con la Economía

# DIARIO “La Mañana de Córdoba” enero y febrero 2009

*Promedios generales del total del material analizado:*

Total de noticias en los diarios de enero y febrero del 2009: 2440 NOTICIAS

Total de noticias económicas en los diarios de enero y febrero del 2009: 229 NOTICIAS

Promedio de noticias económicas por diario: 5,58%

Total de noticias de opinión: 27 noticias

Promedio de noticias de opinión por diario: 0,65%



Total de diarios del mes Enero: 21 DIARIOS

Total de noticias en los diarios del mes de Enero: 1232 NOTICIAS

Promedio de noticias por diario en el mes de Enero: 58,6 %

Total de noticias económicas en los diarios de Enero: 114 NOTICIAS

Promedio de noticias económicas por diario: 6,58%

Total de noticias de opinión en los diarios de Enero: 11 NOTICIAS

Promedio de noticias económicas de opinión por diario: 0,52%

Total de diarios del mes de Febrero: 20 DIARIOS

Total de noticias en los diarios del mes de Febrero: 1208 NOTICIAS

Promedio de noticias en los diarios de Febrero: 60,4%

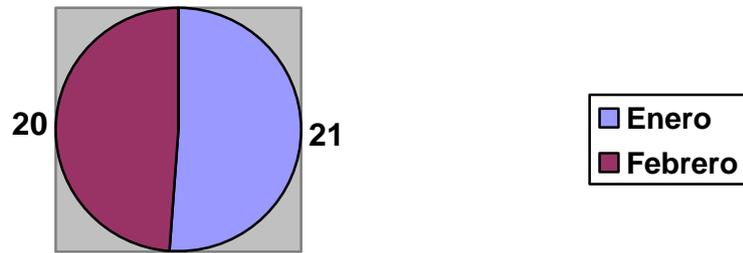
Total de noticias económicas en los diarios de Febrero: 151 NOTICIAS

Promedio de noticias económicas por diario: 7,55%

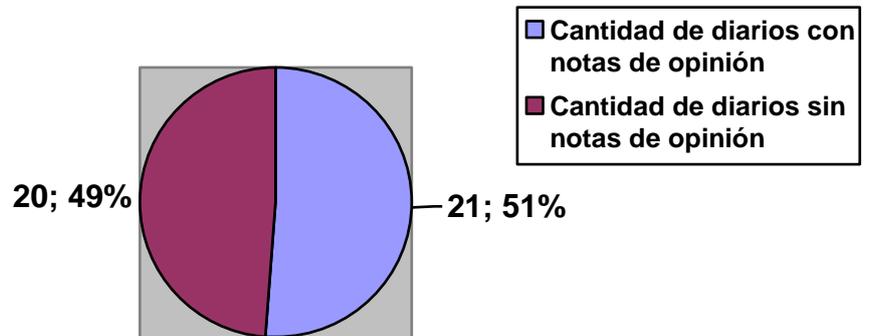
Total de noticias de opinión en los diarios de Febrero: 16 NOTICIAS

Promedio de noticias económicas de opinión por diario: 0,8%

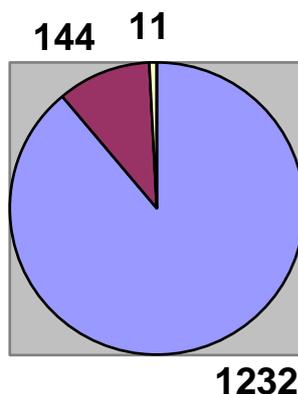
### Cantidad de diarios mensuales



### Porcentaje de diarios que contienen o no notas de opinión - Meses de Enero y Febrero

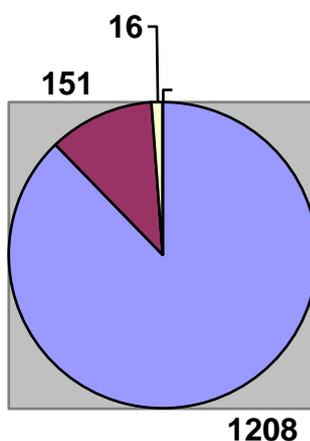


Mes de Enero 2009



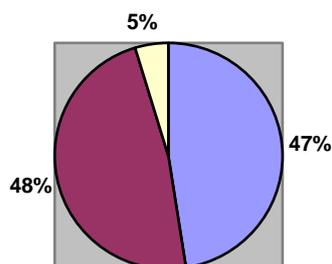
- Cantidad de noticias mensuales
- Cantidad de noticias económicas mensuales
- Cantidad de noticias económicas de opinión mensuales

Mes de Febrero 2009



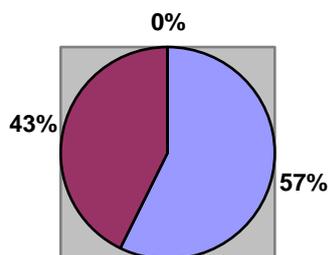
- Cantidad de noticias mensuales
- Cantidad de noticias económicas mensuales
- Cantidad de noticias económicas de opinión mensuales

Mes de Enero

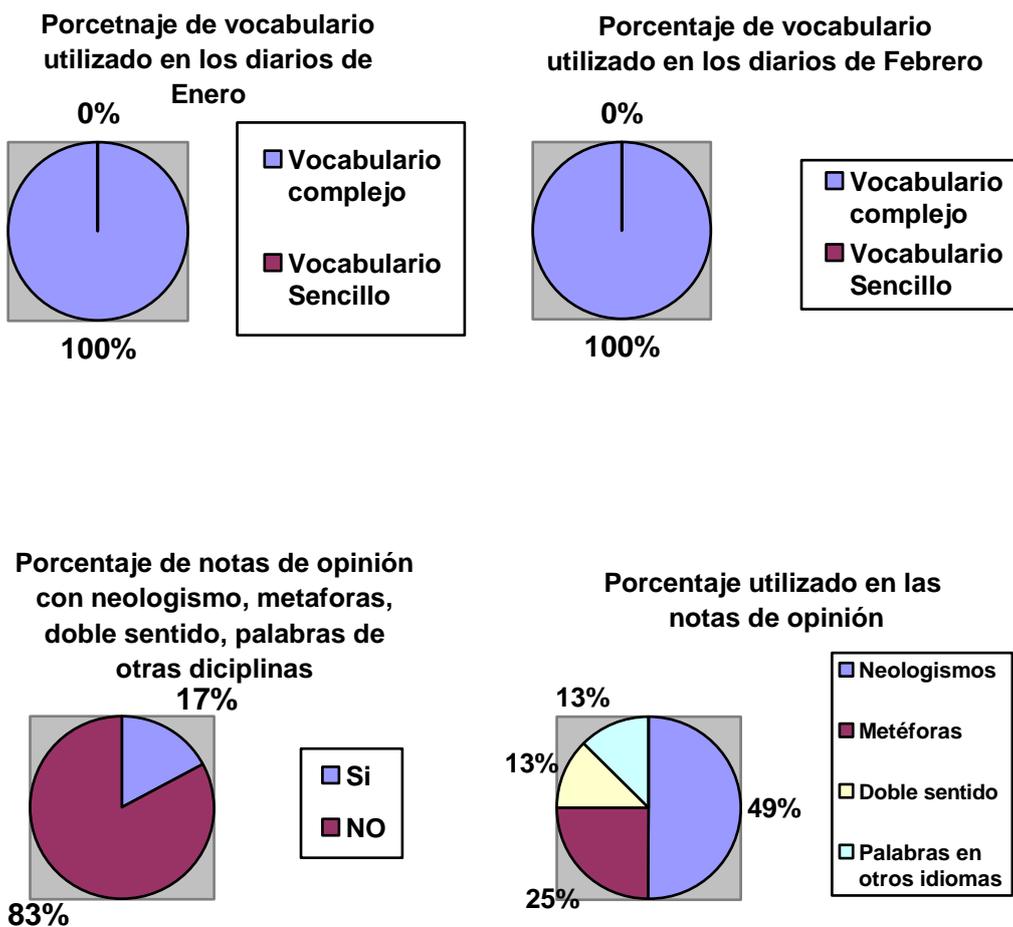


- Cantidad de diarios con notas de opinión
- Cantidad de diarios sin notas de opinión
- Cantidad de diarios sin parte económica

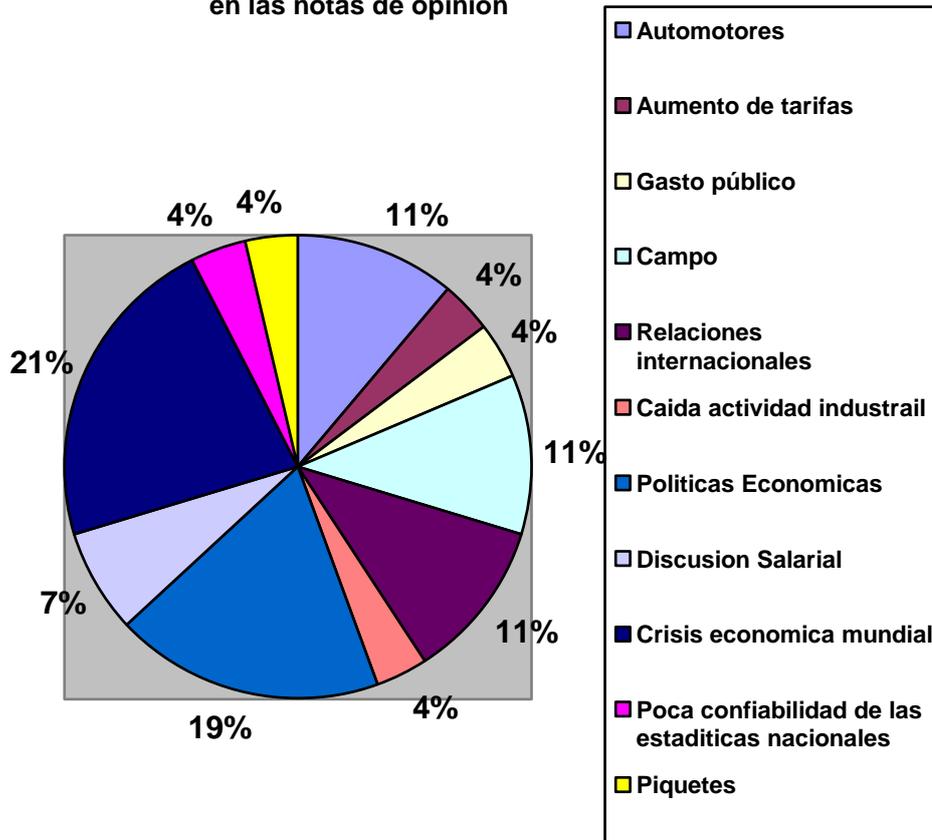
Mes de Febrero



- Cantidad de diarios con notas de opinión
- Cantidad de diarios sin notas de opinión
- Cantidad de diarios sin parte económica



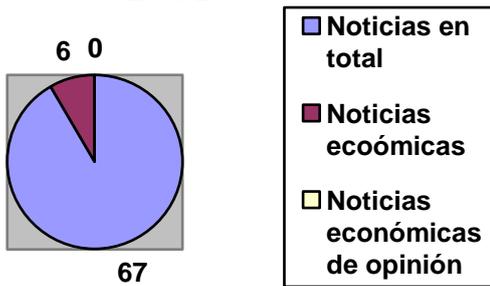
Porcentaje de temas abordados en las notas de opinión



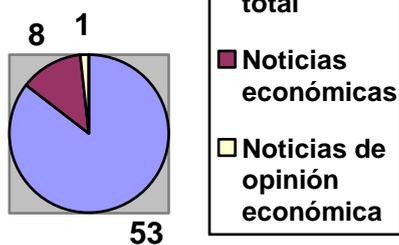
Promedio diario de los meses de Enero y Febrero

*Análisis diario del mes de Enero*

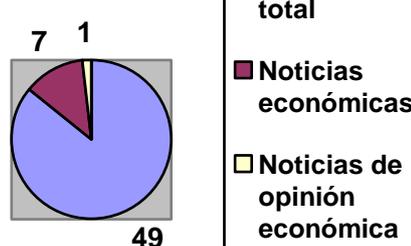
02/01/2009

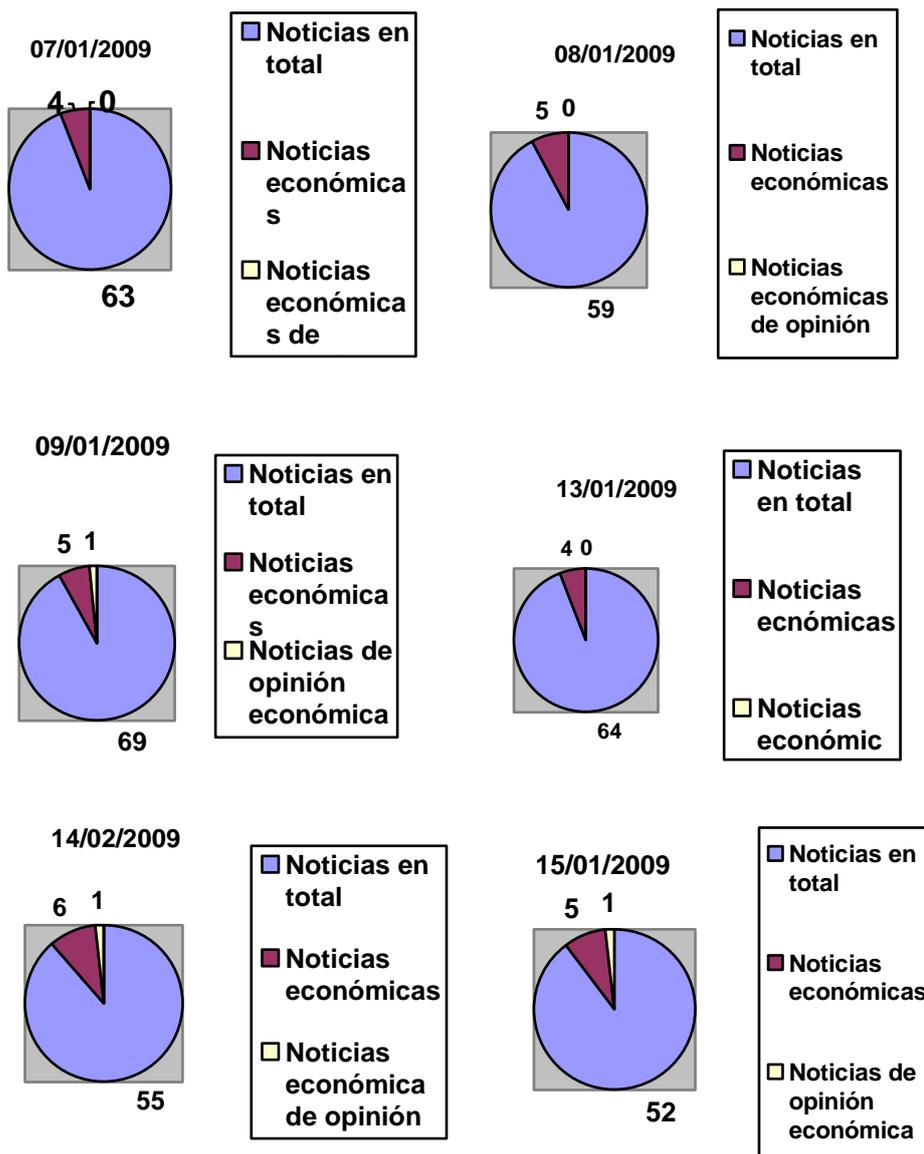


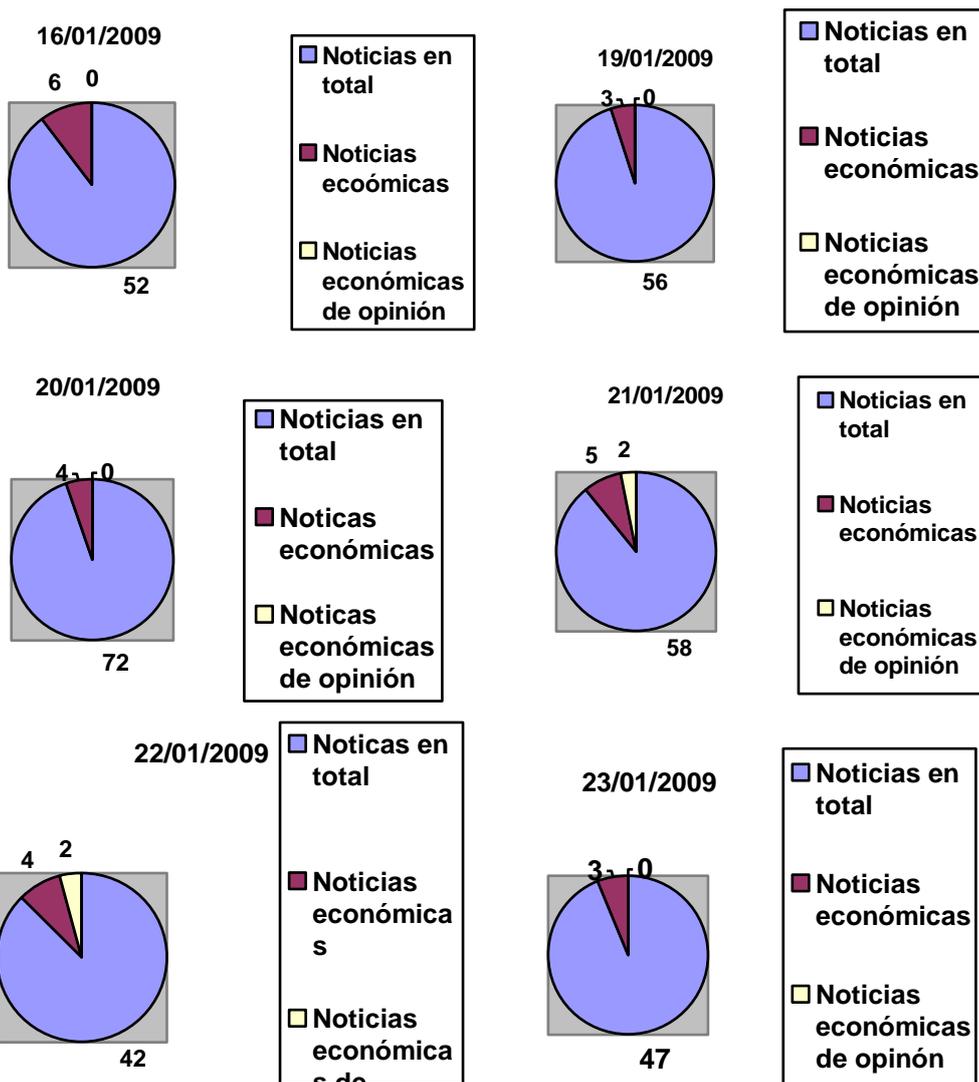
05/01/2009

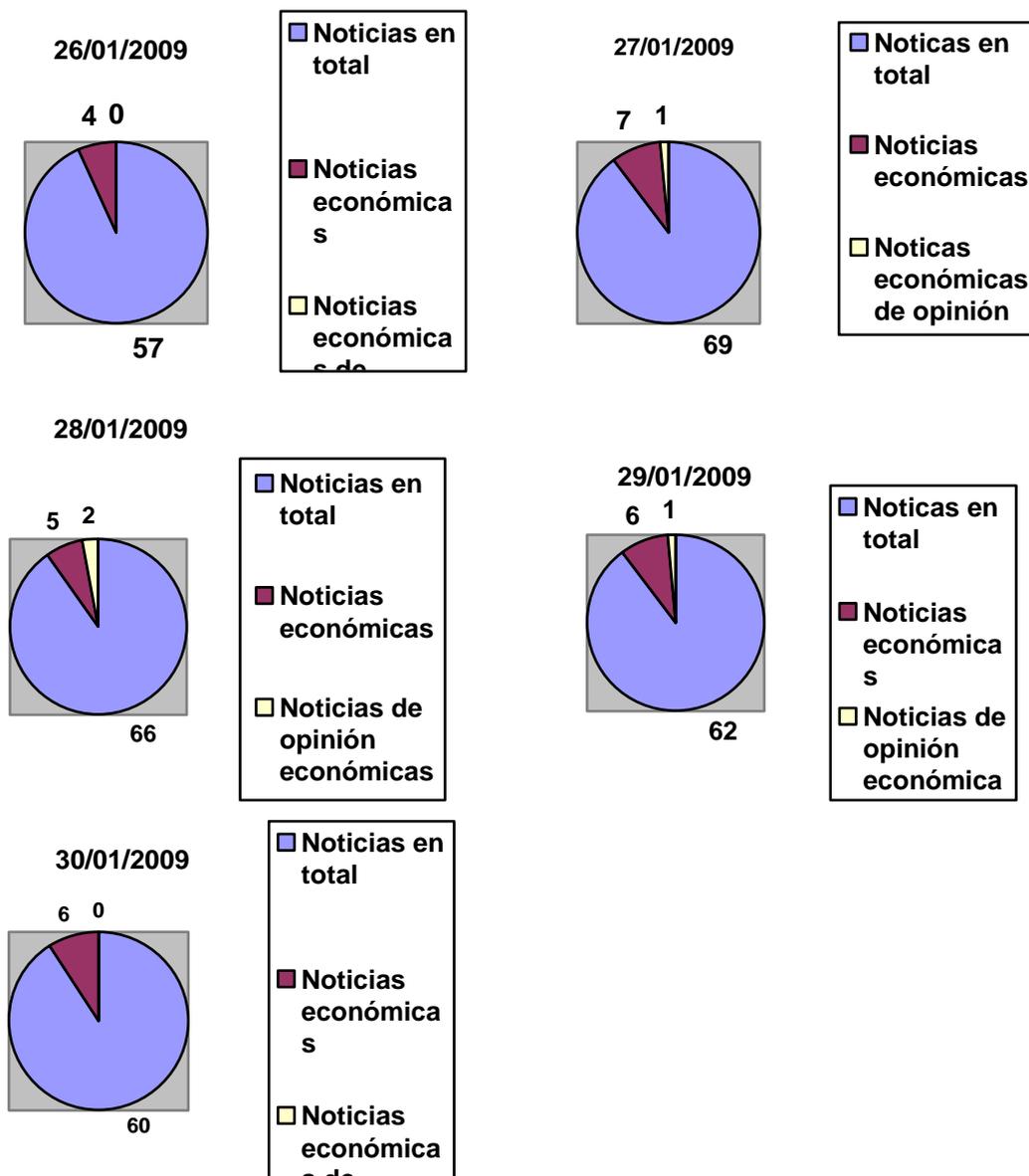


06/01/2009

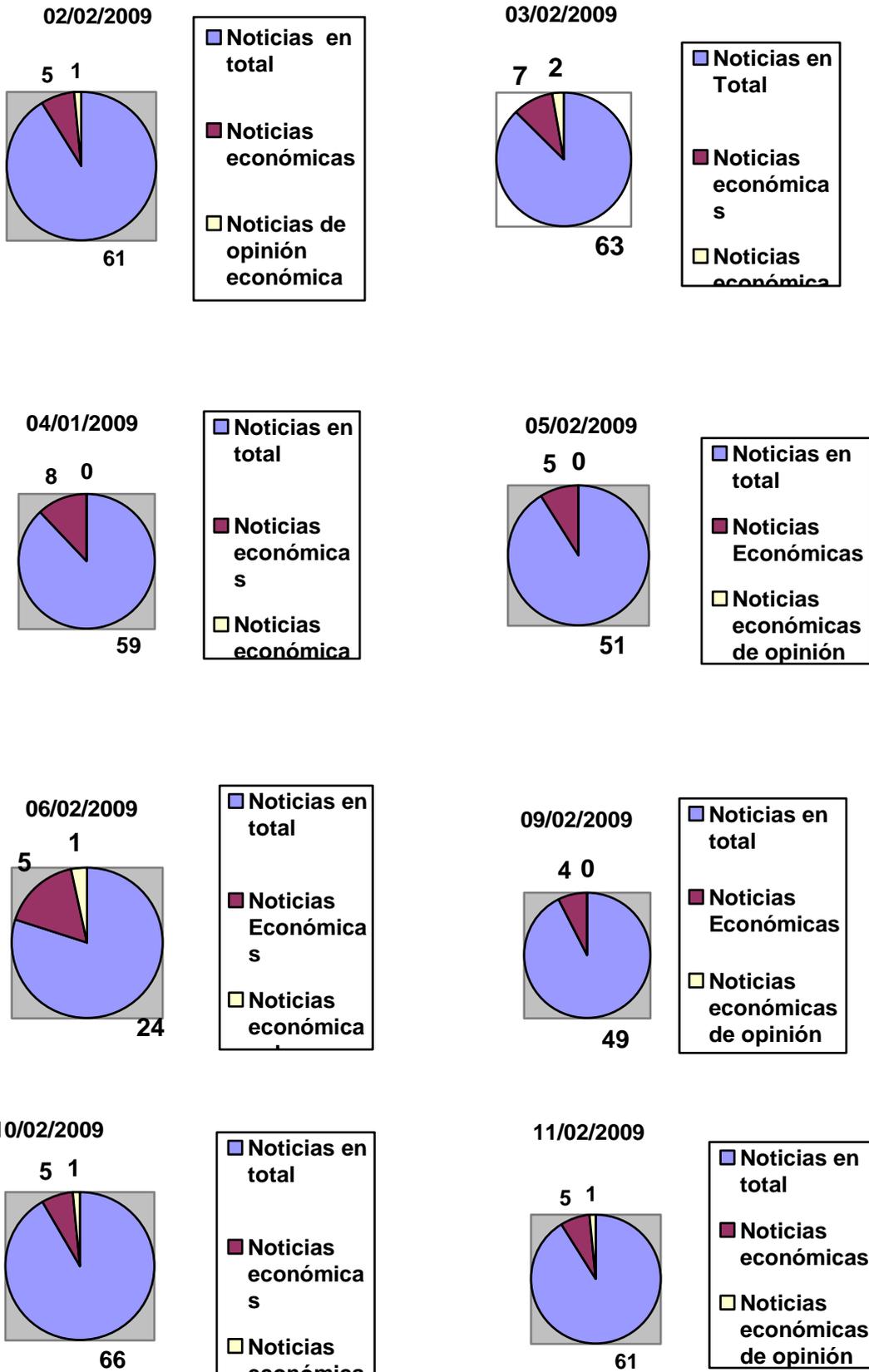




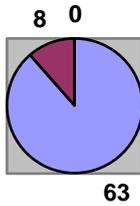




Análisis diario del mes de Febrero



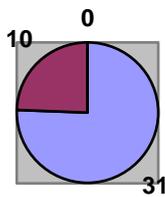
12/02/2009



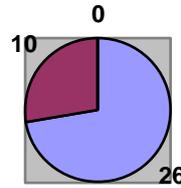
13/02/2009



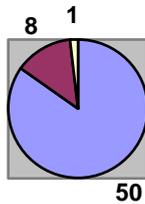
16/02/2009



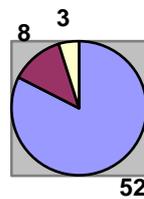
17/02/2009



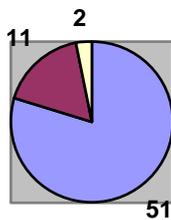
18/02/2009



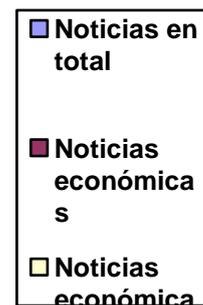
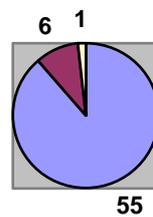
19/02/2009



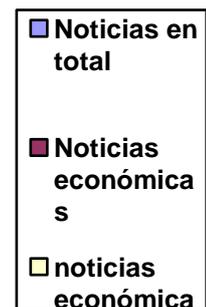
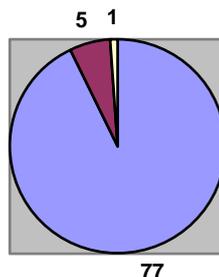
20/02/2009



23/02/2009

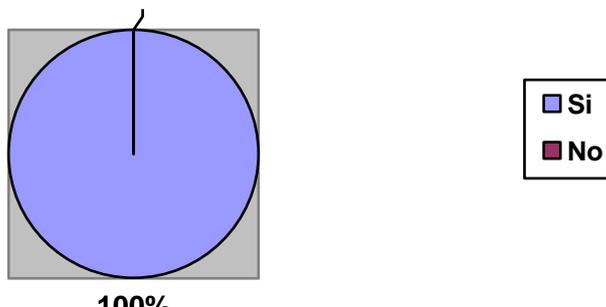


24/02/2009



Promedio de notas económicas de opinión firmadas: **100%** (27 NOTICIAS)

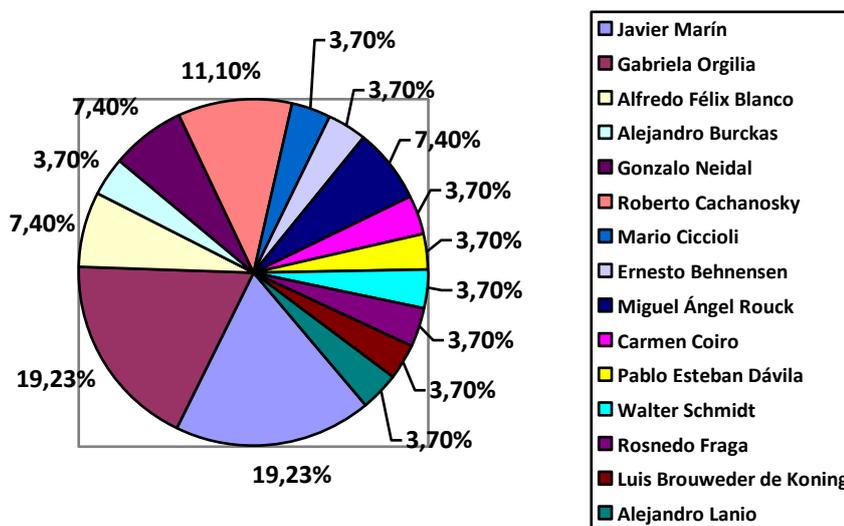
Promedio de notas de opinión firmadas



**Autores**

- Javier Marín: 5 noticias firmadas (19,23%)
- Gabriela Orgilia: 5 noticias firmadas (19,23%)
- Alfredo Félix Blanco: 2 noticias firmadas (7,40%)
- Alejandro Burckas: 1 noticia firmada (3,7%)
- Gonzalo Neidal: 2 noticias firmadas (7,40%)
- Roberto Cachanosky: 3 noticias firmadas (11,1%)
- Mario Ciccioli: 1 noticia firmada (3,7%)
- Ernesto Behnensen: 1 noticia firmada (3,7%)
- Miguel Ángel Rouck: 1 noticia firmada (3,7%)
- Carmen Coiro: 1 noticia firmada (3,7%)
- Pablo Estaban Dávila: 1 noticia firmada (3,7%)
- Walter Schmidt: 1 noticia firmada (3,7%)
- Rosendo Fraga: 1 noticia firmada (3,7%)
- Luis Brouwer de Koning: 1 noticia firmada (3,7%)
- Alejandro Lanio: 1 noticia firmada (3,7%)

Porcentaje de noticias firmadas por cada autor



*Formación profesional de cada autor*

**Gabriela Origlia** .Periodista. Especialista en Economía y periodismo digital.

**Javier Marín**.Periodista. Especialista en Economía.

**Alfredo Félix Blanco** Licenciado en Economía. Universidad Nacional de Córdoba. Decano de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNC. Es profesor Asociado de la cátedra de Historia del Pensamiento y el Análisis Económico de la FCE – UNC. Es docente de la materia Economía de la Innovación de la Especialización en Gestión de la Innovación y Vinculación **Tecnológica que se dicta en esta Casa de Estudios.**

**Alejandro Burckas** Periodista de La Mañana de Córdoba.

**Gonzalo Neidal**. Periodista de La Mañana de Córdoba.

**Roberto Cachanosky** Economista y escritor Es. titular de teoría macroeconómica en el Master de Economía y Administración de Empresas del Centro de Estudios y Capacitación Empresarial en la ciudad de Rosario y de economía aplicada en el Master de Economía y Administración del Instituto universitario ESEADE.

**Mario Ciccio** .Director de Relaciones Institucionales de FAA.

**Ernesto Behrensen**

**Miguel Ángel Rouck**Dirigente de Federación Agraria.

**Carmen Coiro**Editora de Redacción General del a agencia de noticias DyN.

**Pablo Estaban Dávila** Periodista de La Mañana de Córdoba.

**Walter Schmidt** Editor de Política del a agencia de noticias DyN.

**Rosendo Fraga** Uno de los analistas políticos más importantes del país.

**Luis Brouwer de Koning** Intendente de Río Tercero

**Alejandro Lanio**

*Fuentes*

<b>Fuentes oficiales</b>	<b>N° de veces citadas</b>
Ministerio de economía de la nación	4
Secretario de Comercio Interior Guillermo Moreno	1
Indec – Instituto Nacional de Estadística y Censos	13
Carlos Cheppi secretario de Agricultura	2
Banco de Córdoba	4
Secretaría de Trabajo de la Provincia de Córdoba	1
Maravillas Rojo secretario general de Empleo	1
Instituto Brasileño de Geografía y Estadística	1
Héctor Campana vicegobernador de la provincia de Córdoba	1

Nilda Garré ministra de Defensa	1
Empresa Provincial de Energía de Córdoba	1
Secretaría de Transporte de la Nación	2
Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentos	5
Municipalidad de Córdoba	2
Banco Central	2
Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico	1
Senado de EE.UU.	1
Barack Obama, presidente de EE.UU.	2
Oficina de Presupuesto del Congreso de EE.UU.	1
Timothy Gerther secretario del Tesoro de EE.UU.	1
Daniel Bonetto presidente de la Empresa Provincial de Energía de Córdoba	1
Funcionarios de la cartera Productiva Provincial	1
Juan Schiaretti gobernador de Córdoba	3
Néstor Kirchner	1
Gobierno Chino	1
Hui Langyu vice primer ministro chino	1
Anses, Administración Nacional de la Seguridad Social	7
Julio De Vido ministro de Planificación Federal	2
Gobierno (Presidente)	9
Fondo Monetario Internacional	5
Banco Mundial	1
Ley sobre emisión de bonos sancionada en el 2003	1

Ministerio de Industria, Comercio y trabajo	3
Mauricio Macri Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires	1
Telam	4
Epec	2
Mecon (Ministerio de Economía ya Finanzas Públicas)	1
Ministerio de Finanzas	1
Ministro de producción Debora Giorgi	1
Ley de nacionalización de las Afjp	1
Iván Ramalho secretario ejecutivo del Ministerio del Desarrollo brasileño	1
Afip – Administración Federal de Ingresos Públicos	2
Sergio Urribarri gobernador de Entre Ríos	1
Jorge Capitanich gobernador de Chaco	1
<u>Agencia Pro Córdoba – Agencia para la promoción de las exportaciones</u>	1
Consejo nacional económico de la casa blanca	101
<b>Fuentes no oficiales</b>	
Diario estadounidense Financial Time	1
Bolsa de cereales de Buenos Aires	2
Unión de Empleador de la Construcción Argentina	1
Consultora Beytech	1
Carlos Facal abogado	1
Jueza federal de la Seguridad Social María Emilia Postolovka	1
Centro comercial, industrial y de la propiedad de las Varillas – Córdoba (recip)	1
Carlos Rizzo de Notibanco.com	1
Agencia Diarios y Noticias (DyN)	6
Consultora Gallup	1
Luciano Di Tella Director nacional de Ganadería	1
Julián De Diego abogado laborista y asesor de empresas	1
Fundación FIEL	2
<a href="#">Instituto para el Desarrollo Social Argentino</a>	1
Consultora Orlando J. Ferreres & Asociados	1
Sergio Massa ex jefe de gabinete	3
Fernando Fraguío, presidente del fabricante de camiones Iveco	1
Hector Paglia economista	1
Cámara Argentina de industrias de refrigeración y aire acondicionado	1
Compañía Argentina de tierras	1
Idesa – <a href="#">Instituto para el Desarrollo Social Argentino</a> <a href="#">Instituto para el Desarrollo Social Argentino</a>	1
Daniel Funes de Rioja abogado asesor de la Unión Industrial Argentina	1
Centro Industrial Córdoba de Volkswagen	2
Consultora Equis	1
Federación Industrial de san pablo (Fiesp)	1
Asociación de Importadores de Productos Populares	1
Diario Folha de Sao Pablo	1
Cámara de industriales metalúrgicos de Córdoba	1
Centro de Economía Experimental y Regional	1
Red de asesores de Córdoba (RAC)	1

Sindicatos Unión obreros y empleados municipales (SUOEM)	1
Oscar Ghezzi presidente de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de Arg.	1
Organizadores de la reunión del Foro Económico mundial	1
Presidente de Edilicia Surg, Roberto Surg	1
Diario o' Globo de Brasil	1
Marcelo Nonnemberg de Ipea estatal	1
Agencia de noticias Ansa	1
Director Instituto de Planeamiento Estratégico y analista internacional Jorge Cartro	1
Fundación Mercado	1
Aldo Ferrer economista y director de la Fundación Mercado	1
Movimiento Productivo Argentino	1
Agustín Monteverde –economista-	1
Carbap – Confederación de Asociaciones Rurales de Buenos Aires y La Pampa	2
Referentes de concesionarias de Córdoba	1
Gustavo López economista	1
Rogelio Frigerio periodista y político	1
Ex Secretario de Industria Aliento Guadagni	1
Ricardo Delgado economista	1
Daniel Artuna economista	1
Fundación para el desarrollo eléctrico (Fundelec)	1
Centro de Estudios Nueva Mayoría	1
Ruben Martos presidente de la Fedecom	1
Luis Olivia gerente de la Cámara de Comercio de Córdoba	1
Trabajadores de Iveco	1
Smata – Sindicato de Mecánicos y Afines del Transporte Automotor	5
UIA – Unión Industrial Argentina	2
Agustín Pizzichini Federación Agraria de Córdoba	2
Héctor Recolde diputado nacional y asesor de la CGT	1
Arturo Navarro consultor agropecuario	1
Metalfor SA	2
Omar Sereno titular de la cartera encargada de los empleados de los controles en tema empleo	1
Cafma – <a href="#">Cámara Argentina Fabricantes de Maquinaria Agrícola</a>	1
UOM – Unión Obrera Metalúrgica	1
Rosana Negrini Tesorera de la cámara y titular de Agrometal	1
Francisco Arguello secretario general del Gremio	1
Acara – Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina	2
Sociedad Rural Argentina	2
Cajas de cambio	1
Comisión de Emergencia Agropecuaria	1
Libro publicado por Cavallo y Zapata “El desafío federal”	1
Cámara argentina de Energías Renovables	1
Compañía de administración del mercado mayorista del mercado (cammesa)	2
Secretario de la ATE (Asociación Trabajadores del Estado) Llano Raúl	2
La agencia de energía	1
Ecogas	1
Héller Carlos (titular del banco crediticio)	1

Diario Crítica	1
Cámara de Comercio Automotor de Córdoba	2
Presidente de Fiat Argentina Cristiano Rahozi	1
Dante Álvarez presidente de la Asociación de concesionarias de auto	1
Eduardo Mondino ex defensor del pueblo	1
Cámara de industriales metalúrgicos y de componentes de Córdoba	2
Cámara de Biocombustibles de Córdoba	1
The Economist, diario inglés	1
Joahn Galtung economista noruego	1
Fundación Mercado	1
Consultora Abeceb.com	4
Central Motors Corp.	1
Camilo Tiscornia director de Castiglione , Tiscornia y Asociados	1
Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas	2
Ecolatina	1
Enlace Rural	3
Consejo de Transporte Automotor de Carga Agropecuaria	1
Confederaciones Rurales argentinas	1
Organizadores de la Fiesta Nacional del Trigo de Leones	1
Ricardo Díaz titular de la Federación Argentina del Comercio de Artefactos y Afines	1
Rolando Pérez gerente de la Cámara Empresaria del Autotransporte de Cargas	1
Federación Argentina de Entidades empresarias del Autotransporte de Cargas	1
Alberto Cantero diputado por el Frente a la Victoria	1
Fundación Mediterránea	1
Juan Manuel Grazón economista	1
Juan Carlos Lascurain presidente de la unión Industrial Arg.	1
Consultora Economía & Regiones	5
Cámara del Comercio Automotor	2
CGT	5
Juan Luis Bour economista jefe de FIEL	1
Sancor	3
Federación de Cámara de Comercio Exterior de la Rep. Arg.	1
Ercole Felippa titular de la cooperativa tampera Manfrey y presidente de Pro-Córdoba	1
Fundación para el Desarrollo Eléctrico	1
Enrique Santos presidente de la Sociedad Rural de Resistencia	1
Analistas italianos	1
Emmanuel Ng economista del Banco OCBC de Singapur	1
Bolsa de cereales de Rosario	1
Instituto de Estadísticas y Registro de la Industria de la Construcción	1
Sociedad Rural Argentina	3
Asociación de Fabricantes de cemento Portlad	1
Diana Pertile integrante del grupo Azafrán Argentina Cba	1
Sir William Petty (political Arithmetick, 1690)	1
Cámara argentina de la Construcción, Dirección de Estadística y Censo Provincial	1
Banco suizo UBS AG	2
Instituto argentino de Análisis Fiscal	1

<a href="#">Instituto de Ayuda Financiera</a>	1
Carlos Colunga director general de la firma Macair	1
Eduardo Buzzi presidente de la Federación Agraria Argentina	10
Centro de Estudios económicos Orlando Rerrrrs y Asociados	1
Mario Ciccioni Dirigente de Federación Agraria	1
Mesa de enlace Agropecuaria	2
Centro de Internacionalización empresarial de Cataluña	1
Unión General de tamberos - Productores tamberos	1
Chrysler (autos)	1
Fiat (autos)	1
Guillermo Giarasi de la Federación Agraria Argentina	1
Emisora Regional Cadma Sudeste	1
Carlos Garetto titular del Coninagro	1-92

*Análisis diarios – Enero y febrero – La Mañana de Córdoba*

<b>Día, mes y año</b>	<b>Cantidad de noticias económicas</b>	<b>Nota de Opinión</b>
02/01/2009	seis	NO
05/01/2009	ocho	SI
06/01/2009	siete	SI
07/01/2009	cuatro	NO
08/01/2009	cinco	NO
09/01/2009	cinco	Si
12/01/2009	No tiene eco.	
13/01/2009	cuatro	NO
14/01/2009	seis	SI
15/01/2009	cinco	SI
16/01/2009	seis	NO
19/01/2009	tres	No
20/01/2009	cuatro	NO
21/01/2009	cinco	SI
22/02/2009	cuatro	SI
23/01/2009	tres	No
26/01/2009	cuatro	NO
27/01/2009	siete	SI
28/01/2009	cinco	SI
29/01/2009	seis	SI
30/01/2009	seis	NO
02/02/2009	cinco	SI
03/02/2009	siete	SI
04/02/2009	ocho	NO
05/02/2009	cinco	NO
06/02/2009	cinco	SI
09/02/2009	cuatro	NO
10/02/2009	cinco	SI

11/02/2009	cinco	SI
12/02/2009	ocho	NO
13/02/2009	seis	NO
16/02/2009	diez	NO
17/02/2009	diez	NO
18/02/2009	ocho	SI
19/02/2009	ocho	SI
20/02/2009	once	SI
23/02/2009	seis	SI
24/02/2009	cinco	SI
25/02/2009	cinco	NO
26/02/2009	nueve	Si
27/02/2009	cinco	No

*Análisis diarios – Enero y febrero – La Mañana de Córdoba –Noticias de opinión*

<b>Día,</b>	<b>Firma y Autor</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Tipo de vocabulario</b>	<b>Utilización de vocabulario no económico</b>	<b>Tema</b>
2/1/09	-	-	-	-	-
5/1/09	Alfredo Félix Blanco	*Encuestas no especificadas *Gobierno *Fondo Monetario Internacional	SENCILLO	Metáfora, Neologismos "Romper el termómetro", "La era del hielo", "La guerra de la soja", "viento a favor", "Enfrentar la tormenta".	Concesiones (autos)
6/1/09	Roberto Cachanosky	*Indec	SENCILLO	Neologismos "Mini-Rodriguazo"	Plan 0km (automóvil)
7/1/09	-	-	-	-	-
8/1/09	-	-	-	-	-
9/1/09	-	-	-	-	-
12/1/09	-	-	-	-	-
13/1/09	-	-	-	-	-
14/1/09	Gonzalo Neidal	*Libro publicado por Cavallo y Zapata "El desafío federal" *Telam	SENCILLO	NO	Aumento tarifa transporte en BS.AS.
15/1/09	Gonzalo Neidal	Sin fuentes	SENCILLO	NO	Gasto publico
16/1920	-	-	-	-	-
21/1/09	Carmen Corio	Sin fuentes	SENCILLO	NO	Retenciones al campo
	Pablo E. Dávila	Sin fuentes	SENCILLO	NO	Retenciones al campo
22/2/09	Walter Schmidt	Sin fuentes	SENCILLO	NO	Relación Con EE.UU.
	Rosendo Fraga	Sin fuentes	SENCILLO	NO	Latinoamérica en el Mundo
23/1/09	-	-	-	-	-

Tesis Doctoral. Magister Ana Emaides

26/1/09	-	-	-	-	-
27/1/09	Roberto Cachanosky	Sin fuentes	SENCILLO	NO	Políticas económicas inconsistentes
28/1/09	Gabriela Orgilia	*Fundación Mercado *Dardo Ferrer economista y director de la Fundación Mercado	SENCILLO	NO	El dólar y el aumento de sueldos
	Alejandro Lanio	Sin fuentes	SENCILLO	NO	
29/1/09	Luis Brower de Koning	*Ministerio de Economía	SENCILLO	NO	Crisis económica mundial
30/1/09	-	-	-	-	-
2/2/09	Javier Marin	Sin fuentes	SENCILLO	NO	Piquetes
3/2/09	Javier Marin	Sin fuentes	SENCILLO	Metáfora, Neologismos "Una densa niebla impide ver claramente hacia donde se orienta el país". "Las empresas carecen de brújula y sextante que piense en una crisis de dimensiones oceánicas". "Las orfandad estadística es hoy aún mayor".	Crisis económica actual Campo - sequía
	Gabriela Orgilia	*Arturo Navarro consultor agropecuario	SENCILLO	NO	
4/2/09	-	-	-	-	-
5/2/09	-	-	-	-	-
6/2/09	Alfredo Felix Blanco	*Sir William Petty (political Arithmetick, 1690)	SENCILLO	Doble sentido "Que había sido trasladada en enero del 2009 a las biblioteca (¿?) del ministerio	No confiabilidad en la estadística arg.
9/2/09	-	-	-	-	-
10/2/09	Javier Marin	*The Economist, diario inglés *Joahn Galtung economista noruego *Economista canadiense	SENCILLO	Palabras en otros idiomas "scwanenkirchen" "stimulus plan" "taxpayers"	Planes para enfrentar la crisis global
11/2/09	Javier Marin	Sin fuentes	SENCILLO	NO	Medidas de frente a la crisis financiera
12/17	-	-	-	-	-

18/2/09	Mario Ciccioi		SENCILLO	NO	"La memoria de buzzi"
19/2/09	Ernesto Behrensen	*Mauricio Macri Jefe de Gobierno de la Ciudad de Bs.As.	SENCILLO	NO	Modelo Económico
	Roberto Cachanosky	*La Presidente Cristina Fernández de Kichner	SENCILLO	NO	Políticas Económicas
	Gabriela Orgilia	*Ministerio de Finanzas de Córdoba *Carmen Nebreda Secretaria General de la Unión de Educadores de la Provincia de Córdoba	SENCILLO	NO	Discusión salarial
20/2/09	Gabriela Orgilia	*Consultora Beytech	SENCILLO	NO	Sistema financiero
	Miguel Angel Rouck	*Barack Obama, presidente de EE.UU.	SENCILLO	NO	Lanzamiento paquete de ayuda financiera
22/2/09	-	-	-	-	-
23/2/09	Javier Marin	*Ley sobre emisión de bonos sancionada en el 2003	SENCILLO	NO	Emisión de bonos
24/2/09	Gabriela Orgilia	*Indec	SENCILLO	NO	Caída de la actividad industrial
25/2/09	-	-	-	-	-
26/2/09	-	-	-	-	-
27/2/09	-	-	-	-	-

***Análisis diarios – Enero y febrero – La Mañana de Córdoba – Noticias económicas (no de opinión)***

02/01/2009	Energía eléctrica Análisis especulativo Economía de Córdoba y el mundo Coseche de trigo Coparticipación	*Cammesa *Ecogas *Epes *La bolsa de cereales de Bs.As. *Mecon
05/01/2009	Concesiones (autos) Industria aeronáutica Pymes y consumo Canje de la deuda	*Asociación de concesionarias *Banco Crediticio
06/01/2009	Plan 0ok(automóvil) Recaude de la provincia Merval y el dólar	*Referentes de concesionarios *Anses *Dyd

	Devolución de la deuda provincial Campo esquema impositivo	*Ministro de Finanzas *Gobierno *Gustavo López economista *Sancor
07/01/2009	Plan 0km-reclamos ruralistas Obras de construcción viales Mercado inmobiliario	* Parra Sebastián titular cámara de comercio automotriz de Córdoba *Sergio Villella corredor *Telam *Agustín Pizzichini *Intendente Jesús María Gatica Marcelo *Titular entidad confederación de asociaciones rurales Delfor Maldonado *Ministerio de planificación *Gobierno
08/01/2009	Empleo Recesión Automotrices	*Gobierno
09/01/2009	Canje heladeras Baja de commodities Empleo Planes anticrisis Latinoamérica	*Telam *Argañaraz Nadin presidente iaraf *Sergio Massa jefe gabinete *Consultora standard & poor's *Afiip
12/01/2009	NO tiene parte económica	
13/01/2009	Retenciones Suba de energía Perspectiva económica -Brasil Estafa Madof en las corridas de mercado	*Gobierno Santa Fe *Juan Garzan economista *Claudio Zuchovicky especialista en mercados *Juan Schiaretta *Alicia Ciciliani vice ministra de trabajo

		<ul style="list-style-type: none"> <li>* Afip</li> <li>* Ersep(ente reguladora de servicios públicos-</li> <li>* Gobierno</li> <li>* Federación argentina de cooperativas eléctricas(face)</li> <li>* Federación de cooperativas eléctricas y servicios de Cordoba(fecesor)</li> </ul>
14/01/2009	<p>Aumento tarifa - transporte en Bs.As.</p> <p>Gasto publico</p> <p>Caída de la demanda de energía en Córdoba</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Indec</li> <li>* DyN</li> <li>* Guillermo Moreno secretario de comercio</li> <li>* Llanera Raul delegado de la ATE</li> <li>* Aliento Guadagni ex secretario de Industria</li> <li>* Ricardo Delgado economista</li> <li>* Daniel Artana economista</li> <li>* Fundelec</li> </ul>
15/01/2009	<p>Crédito para el campo</p> <p>Salarios para supermercados</p> <p>Merval y el dólar</p> <p>Inflación</p> <p>Gasto publico</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Gobierno</li> <li>* Gobernador Schiaretti</li> <li>* Eduardo Buzzi</li> <li>* Coninagro</li> <li>* Rogelio Frigerio político</li> <li>* DyN</li> <li>* Consultora Economía y Regiones</li> </ul>
16/01/2009	<p>Consumo de genéricos</p> <p>Recesión mundial</p> <p>Aumento de la tasa de interés</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* FMI</li> <li>* Telam</li> <li>* PWC (price waterhouse coopers)</li> <li>* Carlos Cheppi</li> </ul>
19/01/2009	<p>Crisis económica mundial</p> <p>Brasil suspende inversiones, despídos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Presidente de Edilicia Surg, Roberto Surg</li> <li>* Diario o´Globo</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>*Marcelo Nonnemberg de Ipea estatal</li> <li>*Agencia de noticias Ansa</li> <li>*Director Instituto de Planeamiento Estratégico y analista internacional Jorge Cartro</li> </ul>
20/01/2009	<p>VW suspende personal Reducción de subsidios a servicios Emergencia agropecuaria por sequia</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Centro Industrial Córdoba de Volkswagen</li> <li>*Smata</li> <li>*Cámara de Comercio Automotor</li> <li>*Sergio Massa ex jefe de gabinete</li> <li>*Jorge Capitanich gobernador de Chaco</li> <li>*Enrique Santos presidente de la Sociedad Rural de Resistencia</li> <li>*Sergio Uribarrí gobernador de Entre Ríos</li> </ul>
21/01/2009	<p>Aumento del costo de energía Alianza estratégica entre Fiat y Chrysler Retenciones al campo, se propone solución</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Cámara de industriales metalúrgicos y de Córdoba</li> <li>*Fiat</li> <li>*Chrysler</li> <li>*Productores del campo</li> <li>*Agustín Pizzichini Federación Agraria de Córdoba</li> <li>*Guillermo Giarasi</li> <li>*Sergio Massa ex jefe de gabinete</li> </ul>
22/01/2009	<p>Aumento del gasto hogareño Impuestos al sector agropecuario</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Hugo Moyano líder de la CGT</li> <li>*Consultora Equis</li> <li>*Ministerio de Agricultura, ganadería y Alimentos</li> <li>*Agustín Pizzichini presidente de la FAA</li> </ul>
23/01/2009	<p>Caída del consumo Canje de deuda pública Aumento de peaje</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Centro de Economía Experimental y regional</li> <li>*Afip</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>*Agencia DyN</li> <li>*Red de asesores de Córdoba</li> </ul>
26/01/2009	<p>Resistencia de los precios del campo frente a la sequia y recesión</p> <p>Crecimiento económico según el INDEC</p> <p>Suba salarial</p> <p>Menos ventas de autos gaseoleros en Córdoba</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Compañía Argentina de Tierras</li> <li>*Indec</li> <li>*Idesa</li> <li>*Daniel Funes de Rioja abogado asesor de la Unión Industrial Argentina</li> <li>*Cámara de Comercio Automotor de Córdoba</li> </ul>
27/01/2009	<p>Caída del intercambio comercial entre Brasil y Argentina</p> <p>Flexibilización de créditos para autos</p> <p>Déficit fiscal</p> <p>Inversiones record</p> <p>Emergencia agropecuaria en Córdoba</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Ivan Ramalho secretario ejecutivo del Ministerio del Desarrollo brasileño</li> <li>* Fernando Fraguío, presidente de la fabricante de camiones Iveco</li> <li>*Consultora Abeceb.com</li> <li>*Hector Paglia economista</li> <li>*Base de datos del centro de estudios para la producción</li> <li>*La presidente Cristina Fernández de Kichner</li> <li>*Cámara Argentina de industrias de refrigeración y aire acondicionado</li> <li>*Ministro de Economía Carlos Fernández</li> </ul>
28/01/2009	<p>VX mantendrá la plata laboral</p> <p>Brasil restringe importaciones</p> <p>Incentivo de Bco. de Córdoba a automotrices</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Centro Industrial Córdoba de Volkswagen</li> <li>*Smata</li> <li>*Diario Folha de Sao Pablo</li> <li>*Asociación de Importadores de Productos Populares</li> <li>*Federación Industrial de san pablo (Fiesp)</li> <li>*Cámara de industriales metalúrgicos de Córdoba</li> </ul>

		*Anses
29/01/2009	Reducción de sueldos en el sector privado de Córdoba Definición de nuevo paro con el agro Reunión del Foro Económico Mundial FMI asegura que la crisis económica mundial empeora	*CGT *SUOEM *Oscar Ghezzi presidente de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de Arg. *La comisión de enlace *Federación agraria argentina *Organizadores de la reunión del Foro Económico mundial *FMI
30/01/2009	Blanqueo de dinero Cese de comercialización Plan Hogar Recesión Nuevo plan canje	*La presidente Cristina Fernández de Kirchner *Banco Córdoba *Agencia Dy N *Movimiento Productivo Argentino
02/02/2009	Coparticipación Disminución del PBI por la sequía Pago de jubilaciones Piquetes	*Ministerio de economía de la nación *Diario La mañana *Sociedad Rural Argentina *Indec *Agustín Monteverde -economista- *Pedro Apaolaza titular del Carbap *Carlos Cheppi *Banco de Córdoba *Centro de Estudios Nueva Mayoría
03/02/2009	Situación del comercio en Córdoba Protesta Iveco Salarios Salarios	*Rubén Martos presidente de la Fedecom *Luis Olivia gerente de la Cámara de Comercio de Córdoba *Trabajadores de Iveco

	<p>Campo - retenciones del 50% para reactivar ventas de maquinarias agrícolas</p>	<p>*Leonardo Almada vocero del gremio Smata                  *UIA                  *Funcionarios del gobierno nacional                  *Daniel Funes laborista asesor de la UIA                  *Héctor Recolde diputado nacional y asesor de la CGT                  *Smata                  *Indec                  *Metalfor SA                  *Miguel Becchio gerente de ventas de Metalfor SA</p>
04/02/2009	<p>Construcción cierre Circunvalación                  Empleados en negro                  Agropecuario - crisis sin despidos ni suspensiones                  Industria automotriz - efectos de la crisis                  España con record de desempleo                  Baja en la producción industrial brasileña                  Cordobeses con menos desconfianza económica que el resto del país                  Nuevo vuelos Córdoba-Chaco</p>	<p>*Fuentes oficiales                  *Secretaria de Trabajo de la Provincia de Córdoba                  *Omar Sereno titular de la cartera encargada de los empleados de los controles en tema empleo                  *Cafma                  *UOM                  *Rosana Negrini Tesorera de la cámara y titular de Agrometal                  *Francisco Arguello secretario general del Gremio                  *Acara                  *Analistas italianos                  *Maravillas rojo secretario general de Empleo                  *Instituto Brasileño de Geografía y Estadística                  *Fundación Mercado</p>
05/02/2009	<p>Plenario de filiales                  Polémica entre los empleados de Iveco                  Caída record en la demanda de cemento                  Cierre de la Circunvalación                  Incertidumbre laboral para vendedores de Afjp Nación</p>	<p>*Eduardo Buzzi presidente de la Federación Agraria Argentina                  *Fuentes oficiales de la FAA                  *Carbap                  *Héctor Capana vicegobernador                  *Asociación de Fabricantes de cemento Portlad                  *Instituto de Estadísticas y Registro de la</p>

		<p>Industria de la Construcción</p> <p>*Smata</p>
06/02/2009	<p>Área Material Córdoba reparara aviones</p> <p>Provincia dará beneficios a</p> <p>Disminución de la campaña agrícola</p> <p>Baja en las ventas de computadoras</p>	<p>*Julio De Vido ministro de Planificación Federal</p> <p>*Nilda Garré ministra de Defensa</p> <p>*Instituto de Estudios Económicos de la Sociedad Rural Arg.</p> <p>*Comerciantes</p> <p>*Especialistas</p>
09/02/2009	<p>Baja en la detección de ilícitos por parte de la Epec</p> <p>Suspensión aumento de tasas aeroportuarias</p> <p>Convertir a Córdoba en polo mundial de azafrán</p> <p>Plan de acción de reclamo por parte del agro</p>	<p>*Empresa Provincial de Energía de Córdoba</p> <p>*Secretaria de Transporte de la Nación</p> <p>*Julio De Vido ministro de Planificación Federal</p> <p>*Ricardo Jaime secretario de Transporte</p> <p>*Diana Pertile integrante del grupo Azafrán Argentina Cba</p> <p>*Carlos Gutiérrez ministro de Agricultura, Gendarmería y Alimentos</p> <p>*Consejo Directivo de federación Agraria Argentina</p> <p>*Productores</p>
10/02/2009	<p>Campo- reunión entre Buzzi, productores y opositores</p> <p>El BPC cerró el 2008 con ganancias record</p> <p>Adhesión al canje de prestamos</p> <p>Crecimiento de los permisos de construcción</p>	<p>*Voceros partidarios de Eduardo Buzzi titular de la Federación Agraria</p> <p>*Banco de Córdoba</p> <p>*Banco Central</p> <p>*Municipalidad de Córdoba</p> <p>*Especialistas</p> <p>*Santiago Montoya gerente de la delegación local de la Cámara argentina de la Construcción, Dirección de Estadística y Censo Provincial</p>
11/02/2009	<p>Aumento de presión impositiva EE.UU. -plan de estímulo a la economía</p> <p>Baja en los mercados</p>	<p>*Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico</p> <p>*Consultora Abeceb.com</p> <p>*Instituto argentino de Análisis Fiscal</p>

	<p>General Motors realiza despidos por la crisis</p>	<p>*Nodein Aragañaz conductor del IAAF                  *Senado de EE.UU.                  *Barack Obama, presidente de EE.U.                  *Oficina de Presupuesto del Congreso de EE.UU.                  *Timothy Gerther secretario del Tesoro de EE.UU.                  *Central Motors Corp.                  *Banco suizo UBS AG</p>
12/02/2009	<p>Interés de empresa extranjera por energía eólica                  Indec mide inflación tres veces menor a la de los privados                  Canasta alimentaria y los índices del Indec                  Campo - protesta por intervencionismo y la sequía - crisis                  Canje de electrodomésticos - medidas del gobierno frente a la crisis                  Crisis automotriz crea déficit en fletes                  Comité de Evaluación de la Crisis Financiera                  Internacional evalúan como proteger las fuentes de trabajo                  Situación del sector de transportes</p>	<p>*Daniel Bonetto presidente de la Empresa Provincial de Energía de Córdoba                  *Indec                  *Camilo Tiscornia director de Castiglione , Tiscornia y Asociados                  *Dante Sica de la consultora Abeceb.com                  *Daniel Albe de la Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas                  *Ecolatina                  *Indec                  *Comisión de Enlace Rural                  *Eduardo Rizzi titular de la Federación Agraria argentina                  *Ricardo Díaz titular de la Federación Argentina del Comercio de Artefactos y Afines                  *Rolando Pérez gerente de la Cámara Empresaria del Autotransporte de Cargas                  *Funcionarios de la cartera Productiva Provincial                  *Representantes de sectores empresariales y gremios                  *Consejo de Transporte Automotor de Carga Agropecuaria</p>
13/02/2009	<p>Postergación de protesta del agro                  Concentración para demostrar la unión del</p>	<p>*Eduardo Buzzi Presidente de la Federación Agraria Argentina                  *Comisión de Enlace Rural</p>

	<p>campo frente al gobierno                  Los productores del complejo agro-alimentario                  con representación en el Consejo Eco. Social                  Crisis - conflicto con el campo y planes                  sociales                  A causa de la crisis y la sequia baja en la                  producción agrícola                  Crisis afecta a China y al comercio de Argentina                  con ese país</p>	<p>*Mario Llambías de Confederaciones Rurales argentinas                  *Hugo Biocatti de la Sociedad Rural Argentina                  *Eduardo Buzzi Presidente de la Federación Agraria Argentina                  *Organizadores de la Fiesta Nacional del Trigo de Leones                  *Juan Schiaretti gobernador de Córdoba                  *La presidente Cristina Fernández de Kirchner                  *Alberto Cantero diputado por el Frente a la Victoria                  *Néstor Kirchner                  *Fundación Mediterránea                  *Juan Manuel Grazón economista                  *Gobierno Chino                  *Hui Langyu vice primer ministro chino                  *Juan Carlos Lascurain presidente de la union Industrial Arg.</p>
16/02/2009	<p>Sistema bancario                  perdidas y caída en producción                  para Sancor                  Caída de ventas de autos usados                  Sequia                  Aumento a jubilados</p>	<p>*Consultora Economía &amp; Regiones                  *Convención de economistas                  *Indec                  *Automotrices                  *Fundación de Investigaciones Económica Latinoamericanas                  *Juan Luis Bour                  *CGT                  *Banco Central                  *Sancor                  *Cámara del Comercio Automotor                  *Consultora Economía &amp; Regiones                  *Gobernador de la provincia de Córdoba Juan Schiaretti                  *Anses</p>
17/02/2009	<p>Precio de la leche                  Sancor aclara</p>	<p>*Sancor                  *Federación de Cámara de Comercio Exterior de la Rep. Arg.</p>

	<p>Exportadores piden definir pago de retenciones</p> <p>Mera en tarjeta de crédito</p> <p>Colocación de Deuda</p> <p>Nuevos anuncios oficiales</p> <p>Declaraciones de Moyano sobre levantamiento de paro rural</p> <p>Reclamo rural</p> <p>Córdoba redujo demanda eléctrica</p> <p>Administración Obama</p>	<p>*Ercole Felippa titular de la cooperativa tampera Manfrey y presidente de Pro-Córdoba</p> <p>*Gobierno Nacional</p> <p>*Amado Boudou Director Ejecutivo de Anses</p> <p>*Hugo Moyano jefe de la CGT</p> <p>*Eduardo Buzzi titular de la FAA</p> <p>*Fundación para el Desarrollo Eléctrico</p> <p>*Emmanuel Ng economista del Banco OCBC de Singapur</p>
18/02/2009	<p>Soja</p> <p>Anses</p> <p>Campo</p> <p>Mercado</p> <p>Biocombustible</p> <p>Turismo internacional</p> <p>Recesión</p>	<p>*Bolsa de cereales de Rosario</p> <p>*Distintos sectores de la economía</p> <p>*Banco de Córdoba</p> <p>*Gobierno</p> <p>*Entidades Rurales</p> <p>*Merval</p> <p>*Cámara argentina de Energías Renovables</p> <p>*Cámara de Biocombustibles de Córdoba</p> <p>*Encuesta de Turismo Internacional del Indec</p> <p>*Centro de Estudios económicos Orlando Rerrers y Asociados</p>
19/02/2009	<p>Conflicto rural</p> <p>Proyecto Aeronáutico</p> <p>Crisis auto transporte</p>	<p>*Mesa de Enlace</p> <p>*Emisora Regional Cadma Sudeste</p> <p>*Vicepresidente de FAA, Pablo Orsolini</p> <p>*Carlos Garetto titular del Coninagro</p> <p>*Mario Llambias Presidente de la Confederación Rural Arg.</p> <p>*Mesa de Enlace Agropecuaria</p> <p>*Industriales del sector de la maquinaria agrícola</p> <p>*Ministro de Industria, Comercio y trabajo de CSA Roberto Aullar</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>*Gobernador de la provincia de Córdoba Juan Schiaretti</li> <li>*Federación Argentina de Entidades empresarias del Autotransporte de Cargas</li> </ul>
20/02/2009	<p>"Segunda vuelta" en crisis bancaria                  Caída de cosecha se soja                  Plan ganadero                  crecimiento de las ventas en supermercados                  Asamblea en Peajes                  Evasión de Impuestos en Suiza                  Dólar                  Deflación en EE.UU.                  Caída en venta de camiones</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Straus - Kahn presidente del FMI</li> <li>*Robert Zoelluck presidente del Banco Mundial</li> <li>* Diario estadounidense Financial Timer</li> <li>*Bolsa de cereales de Buenos Aires</li> <li>*Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentos</li> <li>*Del Campillo Presidente de la Cámara de Supermercados y Autoservicios de CSA</li> <li>*Unión de Empleador de la Construcción Argentina</li> <li>*Carlos Rizzo de Notibanco.com</li> <li>*Agencia Diarios y Noticias (DyN)</li> <li>*Porfolio Personal</li> <li>*Consultora Gallup</li> <li>*Lawrence Summers Director del Consejo nacional económico de la casa blanca</li> <li>*Iveco</li> <li>*Banco Suizo UBS</li> </ul>
23/02/2009	<p>Cortes laborales                  Córdoba segundo distrito beneficiado por el ATN                  Empleo                  Caída de la Actividad Industrial</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Consultora Economía &amp; Regiones</li> <li>*Julián De Diego abogado laborista y asesor de empresas</li> <li>*Control de trabajadores Argentinos</li> <li>*Indec</li> <li>*Fundación FIEL</li> <li>* Instituto para el Desarrollo Social Argentino</li> </ul>
24/02/2009	<p>Caída de la actividad industrial                  Cotización del dólar en Córdoba                  Aumento a jubilados</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Indec</li> <li>*Abel Viglione economista de Fundación de Investigaciones Eco.</li> <li>*Indec</li> </ul>

	Emergencia agropecuaria en Córdoba	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Fundación FIEL</li> <li>*Consultora Orlando J. Ferreres &amp; Asociados</li> <li>*Cajas de cambio</li> <li>*Ministerio de trabajo</li> <li>*Titular del Anses amado Boudou</li> <li>*Sergio Massa ex jefe de gabinete</li> <li>*Comisión de Emergencia Agropecuaria</li> <li>*Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentos</li> </ul>
25/02/2009	<p>Ampliación del plan para campaña 0KM</p> <p>Fracaso del plan oficial que daba créditos para comprar 0KM</p> <p>Aumento de la desocupación</p> <p>Aumento del sueldo</p> <p>Aumento a jubilados</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Presidente Cristina Fernández de Kirchner</li> <li>*Ministro de producción Débora Giorgi</li> <li>*Cámara de Comercio Automotor de Córdoba</li> <li>*Dante Álvarez presidente de la Asociación de concesionarias de auto</li> <li>*Presidente de Fiat Argentina Cristiano Rahozzi</li> <li>*Corredores inmobiliarios</li> <li>*Carlos Tomado ministro de trabajo</li> <li>*Indec</li> <li>*Anses</li> <li>*Eduardo Mondino ex defensor del pueblo</li> </ul>
26/02/2009	<p>Peligro de cumplimiento de la cuota Hilton</p> <p>Recaudación del superávit comercial</p> <p>caída de la actividad industrial</p> <p>Cooperación entre Córdoba y Brasil</p> <p>Sectores que podrían ser la vedette del 2009</p> <p>Ordenan no tocar los aportes privados de un jubilado de Afjp</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Secretaría de Agricultura, Ganadería y Alimentos</li> <li>*Indec</li> <li>*Ministerio de Industria, Comercio y trabajo</li> <li>*Cámara de industriales metalúrgicos y de componentes de Córdoba</li> <li>*Epec</li> <li>*Ministerio de Economía</li> <li>*Jueza federal de la Seguridad Social María Emilia Postolovka</li> </ul>

	Relaciones entre América y China	*Carlos Facal abogado *Gobierno
27/02/2009	Crisis tambera FMI volverá a revisar la economía Arg. Entrevista Caída de la actividad industrial	*Productores tamberos *Consultora Economía & Regiones *Unión General de tamberos *FMI *Agencia Pro Córdoba - Agencia para la promoción de las exportaciones promoción de las exportaciones *Centro de Internacionalización empresarial de Cataluña *Ley que nacionalizó las Afjp *Centro comercial, industrial y de la propiedad de las Varillas (recip)

Este diario fue creado el 27 de Abril de 1997 y hasta 2004 apareció junto a *Ámbito Financiero* en una misma edición. Ese mismo año se vendió a una sociedad encabezada por Julio Rajneri, propietario del diario *Río Negro* durante dos años. En Agosto del 2006 fue vendido al Grupo Uno Medios, holding propietario de los matutinos "Uno" de Mendoza, Santa Fe y Entre Ríos, "La Capital" de Rosario y medios audiovisuales en todo el país. Grupo Uno Medios que lidera el empresario Daniel Vila. "La Mañana" de Córdoba en esa etapa sumó las ediciones de sábado y domingo, y rediseñó sus páginas. Incorporó varios suplementos, columnistas especiales, una revista y productos editoriales adicionales. Luego en Abril del 2009 el medio pasa a manos del empresario Roberto Katz, propietario del diario *La Unión*, de Lomas de Zamora, en la provincia de Buenos Aires.

En cuanto al formato de la tapa se caracteriza por no ser fija, por lo general tiene un modelo permanente. Se incluyen temas que tienen importancia local. Existe un dominio de la fotografía cuyo tamaño es mayor que el de las páginas interiores. El tamaño de la tipografía de las primeras planas es de tamaño superior también. El ancho de columna suele ser mayores que en las páginas del interior del diario.

Espectáculo, infocampo y turismo son algunos de los suplementos que acompañan al diario dependiendo el día de su publicación.

Con respecto a la presentación de las noticias lo hace de una manera sencilla ya que utiliza vocabulario cotidiano. Aún en temas complejos, por lo que facilita la lectura y cualquier tipo de problemas de interpretación que se pueda tener. Gráficamente, las noticias están presentadas de una manera ordenada y en la mayoría de los casos diferenciadas las meramente informativas de las de opinión. El orden gráfico de las noticias permite una armonización visual que invita a leer las noticias o notas si uno está mínimamente interesado en el tema que tratan. En la mayoría de los casos las notas de opinión abarcan una página entera (sin tener en cuenta la publicidad).

El periódico cuenta con un promedio de noticias económicas diarias, 5,58%. El análisis de todos los diarios de Enero y Febrero del año 2009 de *La Mañana* de Córdoba alcanzó el número de 41 periódicos. En los mismos el 0,65% de las notas eran de opinión (27 noticias). Éstas trataban, básicamente, de la crisis económica mundial, del campo y de la industria automotriz. En referencia a los autores de las notas de opinión podemos señalar que fueron 15 los profesionales firmantes. Vale subrayar que Javier Marín y Gabriela Orgilia, ambos periodistas con larga trayectoria, fueron los que más desarrollaron notas.

Cabe destacar que entre las variadas fuentes utilizadas fueron El Instituto de Estadística y Censos (Indec), Eduardo Buzzi presidente de la Federación Agraria Argentina y fuentes oficiales. Reforzando la idea de que el Indec, si bien es una fuente muy cuestionada, es muy recurrida para fundamentar las noticias con datos. En cuanto a Eduardo Buzzi y a los representantes del gobierno, cómo representan fuentes permanentes. Identificadas y públicas.