Páginas 40 -61

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

DESCRIPCIÓN DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO DADO AL HECHO ECONÓMICO FRONTERIZO EN EL DIARIO LA NACIÓN DE SAN CRISTÓBAL

DESCRIPTION OF THE INFORMATIVE TREATMENT GIVEN TO THE BORDER ECONOMIC FACT IN THE NEWSPAPER LA NACIÓN DE SAN CRISTÓBAL

Carmen Aidé Valecillos Vázquez[1]

RESUMEN

El objetivo del presente estudio es describir el tratamiento periodístico que da el diario *La Nación* de San Cristóbal a la información fronteriza y especialmente al hecho económico en su página titulada *Frontera*, tomando en cuenta que este diario trabaja con el primer nivel de la información económica. Se concluye que a pesar de existir el espacio para la información económica, se desaprovecha el uso de recursos periodísticos necesarios para resaltar la importancia que el sector económico tiene para la zona fronteriza Táchira-Norte de Santander y para apoyar el proceso de integración que se da entre Venezuela y Colombia.

Palabras clave: Periodismo económico, diario La Nación, frontera Táchira-Norte de Santander, integración, géneros periodísticos.

ABSTRACT

The objective of the present study is to show the journalistic treatment that "La Nación" (local newspaper - of San Cristóbal) gives to the border information and especially to the economic fact in its page titled "Frontera", taking into account that this newspaper works with the first level of economic information. One concludes that even though there is room for economic information, it failed to take advantage of the use of the journalistic resources necessary to emphasize the importance that the economic sector has for the border zone "Tachira-Norte de Santander" and to support the process of integration that occurs between Venezuela and Colombia.

Keywords: journal economic, newspaper La Nación, border Táchira-Norte de Santander, integration, journalistic generous.

DOI: http://doi.org/10.5281/zenodo.5063688

[1] Profesora Asistente del departamento de Comunicación Social de la ULA –Táchira. Magíster en Ciencias Políticas. PEI, 2007. Trabajo que recibe el apoyo financiero del CDCHT de la Universidad de Los Andes, bajo el código NUTA-H-184-04-09-C.

Páginas 40 -61

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

INTRODUCCIÓN

Las fronteras entre Venezuela y Colombia se caracterizan por presentar densos e históricos intercambios sociales, culturales y especialmente económicos que tienen su máxima expresión entre el estado Táchira en Venezuela y el departamento Norte de Santander en Colombia, ámbito territorial por donde transitan más del 80% del intercambio comercial entre ambos países y circulan los productos de consumo masivo destinados a las habitantes de estas zonas de fronteras.

Estos intercambios, además, tienen un especial interés geopolítico para ambos países, en tanto generan procesos e integración que responden a los intereses locales y nacionales. Son las fronteras que se han denominado como espacios de integración, estimulados con la apertura y la globalización económica (Valero, 2002, p. 97), convirtiéndose en espacios con potencialidades para su propio desarrollo.

En esta perspectiva, los medios de comunicación se han convertido en voceros de dichos procesos, especialmente los medios impresos que circulan en el estado Táchira y el departamento Norte de Santander, los cuales se ocupan de los quehaceres de las comunidades asentadas a cada lado de los 140 kilómetros del límite internacional que separan a ambos países. En el Táchira, el diario La Nación, uno de los de mayor circulación en la región occidental del país, ofrece una página diaria al acontecer fronterizo. Sin embargo, en la era de la información la calidad del mensaje en los medios no se mide por el número de publicaciones o unidades informativas que un tema puede generar sino que, para calificarla como oportuna, debemos contemplar parámetros como: profundidad, número de fuente, géneros, tipo de lenguaje, entre otros. Por ello, estos son los parámetros que se consideramos necesarios precisar si la información publicada sobre el tema fronterizo puede suplir las necesidades informativas de la población y, en nuestro caso, contribuir al desarrollo de estas regiones para consolidarlas como fronteras para la integración y para afianzar los lazos históricos que la hacen una

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

realidad distinta, donde convergen la identidad, el arraigo, la solidaridad y la interacción social (Valero, 2002).

En el caso de la información fronteriza Táchira-Norte de Santander, la calidad de la información reviste especial importancia pues los hechos ocurridos a cada lado del límite internacional interesan a sus vecinos. Por ejemplo, el valor de la moneda (dólar, bolívar, peso), las medidas económicas gubernamentales, el libre tránsito de personas y mercancía, son algunas de las tantas temáticas en las cuales un venezolano o un colombiano pueden estar interesados para tomar sus decisiones cotidianas.

Por esta razón es necesario, y así se realiza frecuentemente, estudiar la información que los medios de comunicación transmiten sobre los hechos fronterizos. En la presente investigación, por tanto, se ofrece una descripción del tratamiento informativo que reciben los hechos fronterizos en la página llamada *Frontera*, el cual diariamente publica el periódico La Nación, haciendo hincapié en la información económica por considerar que este sector es el más importante para el diario devenir de la frontera Táchira-Norte de Santander.

Y para demostrar el valor que tiene para la sociedad la información económica, en una primera parte del estudio se ofrece un resumen histórico del desarrollo de la fuente económica a través de la historia, luego se ofrece la fundamentación teórica de este periodismo, posteriormente se contextualiza la importancia que tiene la información para regiones fronterizas y para los procesos de integración que en ella se dan y, finalmente, ofrecemos los resultados de la investigación hemerográfica realizada.

UN POCO DE HISTORIA SOBRE EL PERIODISMO ECONÓMICO

El periodismo económico ha sido históricamente un instrumento necesario para la sociedad y siempre ha estado presente en el periodismo, pero comienza a tener sus propios espacios a partir de la prensa informativa, espacios que serán consolidados a mitad del siglo XX cuando adquiera personalidad propia con medios dedicados sólo a ese tema.

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

Antes de que la prensa alcanzara la importancia actual y pudiera hablarse de prensa de masas, existieron varios ejemplos de periodismo económico, pues la información económica fue la primera en ser difundida a la población. Por ello encontramos cómo en los puertos italianos se elaboraban en manuscritos, los *avvissi*, unos folios plegados con noticias relacionadas al tráfico de mercancías, precios y sucesos curiosos que se distribuían por la necesidad que tenían los comerciantes de conocer la mercancía y los hechos extraños que traían y contaban los navegantes de otras tierras (Weill, 1979). Los folios tenían la fecha y el nombre de la ciudad donde eran redactados pero carecían de autoría, se redactaban con las informaciones dadas por los marineros y peregrinos y daban cuenta de los acontecimientos del mediterráneo oriental (Bernabeu Moron, 2002).

Las páginas manuscritas pasaron a ser impresas en el siglo XV. Otro antecedente del periodismo económico en el Renacimiento son las cartas-diario de las casas comerciales, las cuales igual que los *avvissi* y *los courrents*, ofrecían información económica y posteriormente política y militar.

Las iniciativas mencionadas se desarrollaron durante los siglos XIV y XV y ellas fueron rápidamente censuradas y controladas por la Corona y la Iglesia, por lo que el renacer del periodismo económico en Europa, como periodismo especializado, debe esperar hasta finales del siglo XVIII. De este crecimiento Coca y Diezhandino (1991) dicen: “Entrando en el siglo XVIII encontramos el rotativo francés *Le Journal Economique*, uno de los primeros hitos de la información económica, y el nacimiento de los *advertisers* ingleses” (p. 44).

Por ello la consolidación de este periodismo se puede ver en la “edad de oro” de la prensa entre 1870 y 1919, cuando surge *Il Sole*, el primer periódico económico y comercial de Italia, junto a éste surgen periódicos de élite: *Le Journal des Débats*, *Le Figaro*, *Le Temps* o el *Frankfurter Zeitung Allgemeine*; la prensa política: *L’Humanité*; y prensa de masas: *Le Petit Journal*, *Le Petit Parisien*, *Le Matin* y *Le Journal*, con tiradas millonarias en Francia y en Italia *Il Secolo*, primer periódico moderno, todo ello en Europa.

Páginas 40 -61

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

. En Estados Unidos se repite la historia, el primer periódico diario de ese país, para entonces colonia de Gran Bretaña, el *Boston News-Letter*, fundado por John Campbell en 1704, ofrecía noticias financieras y del extranjero pues era las informaciones permitidas a pesar de la férrea censura de la Corona y de los altos impuestos que se cancelaba por la imprenta, pero es a finales del siglo XIX cuando *The Wall Street Journal* se consolida hasta hoy en día como un periódico serio que le permiten obtener grandes ganancias y hacer grandes tiradas (Del Río, 2004). En España la prensa económica se inicia con dos periódicos: *El Semanario Económico* (1765-1766) y *El Diario Noticioso*, *Curioso*, *Erudito*, *Comercial* y *Político* (fundado en 1758 para luego transformarse en el *Diario de Madrid*), ambos daban cuenta de información sobre avances técnicos y sobre aspectos económicos. Para 1786 nació *El Correo de los Ciegos* de Madrid, que desde 1787 se llamó *El Correo de Madrid*, éste a diferencia de los anteriores contenía mayor variedad de temas, así como se encargaba de economía también abordaba temas literarios y científicos, igual que costumbres y eventos sociales.

Sin embargo, en los últimos años del siglo XIX en España se consolida el periodismo especializado y surgen gran cantidad de medios dedicados a diferentes áreas; Bernabeu Moron, para referirse a este cambio que ocurre con mayor lentitud en ese país pero que se da con anterioridad y con las mismas características en otros países, dice lo siguiente:

> …en los textos utilizan ya un lenguaje menos envarado y más ágil y se detecta cierta renovación léxica y estilística; la diagramación es más atractiva y aparecen fotografías; sus contenidos reflejan los gustos de la cultura de masas: entretenimientos públicos (...), actos políticos, referencias a otros medios (…), sección de cartelera, etc. Aparecen también páginas especiales o suplementos de economía, espectáculos, arte, deporte, agricultura, mujer y niños (2002, ¶ 14).

En Inglaterra, por el contrario, debido al crecimiento económico que experimentó el país desde principios del siglo XIX, el periodismo económico o financiero tuvo especial importancia. La prensa especializada en este país

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

surge entonces porque existe la demanda de información económica, debido a la bonanza económica, entre otras cosas por la conquista de la India, la segunda fase de la revolución industrial y la conquista de otros espacios en ultramar (Coca y Diezhandino, 1991). Según los datos aportados por estos autores, en el siglo XIX los diarios financieros o económicos de Inglaterra fueron *The Times* (1817), el cual ofrecía información sobre las acciones en las compañías ferroviarias; *The Economist* (1843), que apareció con el fin de promocionar el comercio y la reforma política; *Financial News* (1884) y *Financial Times* (1888).

En la etapa de la prensa masiva, además de periódicos especializados en el área económica, los de información general también destinan páginas o cuerpos completos para cubrir los acontecimientos de economía y finanzas y ya en el siglo XX, especialmente en su segunda mitad, es cuando observamos el boom del periodismo económico, el cual coincide con del trabajo que realiza la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para adelantar la discusión del desarrollo económico y el desarrollo de otras teorías que plantean un nuevo orden mundial o Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI). Coca y Diezhandino, informan que durante esos años también se realizaron planteamientos para construir un periodismo desarrollista, el cual obviamente, tiene la misión de apoyar el crecimiento del país: “La idea partía de la convicción de que una nación en desarrollo necesita periodistas que conozcan bien los problemas económicos. Se crearon así iniciativas tendentes a la formación de periodistas económicos” (1991, p. 51).

Mientras la breve reseña histórica demuestra la vinculación existente el crecimiento de la sociedades y el manejo que se hace del periodismo económico, el último planteamiento teórico hecho desde las Naciones Unidas y desarrollado con suficiencia en documentos como el Informe Mc Bride (1982) desde la UNESCO, fundamenta la existencia y el boom que el periodismo económico logra desde mediados del siglo XX, pues se considera que este periodismo debe disminuir incertidumbres en la población y contribuir al

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

desarrollo de las poblaciones involucradas. Características, por cierto, que para la región que estamos estudiando son vitales.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL PERIODISMO ECONÓMICO

El periodismo económico se ubica dentro del periodismo especializado, es como el científico, el cultural, el deportivo, etc., un campo de trabajo que exige al periodista cierta especialización tanto de lenguaje como de contenido, por lo general no lo hace un profesional recién egresado de las aulas, sino aquel que mayor experiencia profesional y estudios tiene. Se han dado varios conceptos de este campo del periodismo acá algunos. En 1987, por ejemplo, Rodríguez señala:

> Como periodismo debe dar a conocer, revelar, informar, lo último, lo más reciente, lo de mayor impacto, lo que afecta al mayor número de personas, y también explicar y clarificar los temas del día, anticipar tendencia y situaciones, evaluar el impacto de las decisiones y medidas que afectan la actividad económica y reportar sus posibles efectos, así como ofrecer orientación al público no solo presentando los síntomas de los problemas y situaciones sino también sus causas (p. 19).

Quizás muy ambicioso, pero a este es el campo de trabajo que debe remitirse el periodista económico, sin embargo, existe un primer nivel del periodismo económico ubicado en la prensa generalista (nivel divulgativo) (Esteve Ramírez, 2004; Del Río, 2004) el cual aún cuando no presenta el grado de profundidad del periodismo especializado, sí cumple con otro de los requisito que Rodríguez señala: “El periodismo económico tiene doble función. Debe informar para los miembros del público que esperan se le dé materiales noticiosos, pero a la vez desean ampliar sus conocimientos o compartir opiniones sobre la evolución de la actividad económica” (1987, p. 24). En este nivel se necesita del trabajo del periodista, que conociendo la importancia del hecho económico para la población lectora, en el caso del impreso, trate el hecho económico con veracidad, claridad, profundidad y contextualización. Y tiene especial importancia porque es la información que llega a mayor número

Páginas 40 -61

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

de personas, supliendo la necesidad que tiene el hombre común de informarse para tomar decisiones cotidianas.

En el segundo y tercer nivel, llamados especialización media y especialización alta, respectivamente, se ubica la información que se transmite a través de unos medios especializados que buscan ofrecer ese contenido a un público interesado no sólo porque conocen el área económica sino también porque su trabajo tiene que ver con ella.

Y aún así debemos tomar en cuenta lo que señalan Coca y Diezhandino: "el desenvolvimiento de la información económica varía según el desarrollo de cada país y, naturalmente, acorde con las tendencias políticas" (1991, p. 49), pero igual interesa a todos los ciudadanos porque "Ningún sector de la actividad humana se encuentra al margen de los movimientos económicos. Desde la política hasta el fútbol, pasando por la cultura la religión, la defensa, la ciencia, la política educativa, etc., tienen un importante componente económico" (Esteve Ramírez, 2004, p. 263), y por ello es que el periodismo económico, en cualquiera de sus niveles debe tomar en cuenta el espacio donde se desenvuelve y el público al cual va dirigido, factores muy importantes a la hora de definir el tratamiento informativo que recibirá el hecho económico abordado, pues al igual que el resto de los periodismos el emisor del mensaje no debe perder de vista a su receptor, porque para que el mensaje sea efectivo el lenguaje utilizado debe ser comprensible para él, (sin que por ello pierda su calidad), de esta manera el periodista se transforma en mediador e interprete entre unas fuentes especializadas, de altos niveles de complejidad y con distintos tipos de intereses y un público que desea comprender y hacer uso para su beneficio de la información dada.

No obstante, y pesar de no ser parte de este trabajo, podemos hacer un paréntesis para admitir que en Internet ha cambiado un tanto ese esquema, de tal manera que el periodista:

> Además de asegurar que su noticia está publicada bajo unas premisas de concisión, claridad y fiabilidad, añade ahora asuntos de tanto peso como la rapidez, la posibilidad de recibir inmediatamente

Páginas 40 -61

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

> opiniones y/o críticas a la noticia, la interactividad de un mundo que cambia segundo a segundo y que convierte la actualidad en pasajera. (Prieto Ampudia, 2006, p. 417).

Sin embargo, en esta era sigue siendo el trabajo del periodista el que hace de la información un elemento útil para el receptor, porque la abundancia de la información, su rapidez e interactividad no eximen de trabajar para ofrecer contextos, profundidad y claridad. Y menos en un campo especializado tan complejo como la economía. Pero sea en medios tradicionales o en Internet, los estudios coinciden en que el lenguaje de la información económica es un poco complicado y de difícil comprensión, que necesita de un trabajo muy cuidadoso pues tampoco se puede caer en el otro extremo: "el intento de utilizar un lenguaje más popular o divulgativo vacía a veces de contenido las informaciones, cuando no las deforma hasta parecerse poco a la realidad". (Coca y Diezhandino, 1991, p. 124).

Por ello, el periodismo económico en medios tradicionales o digitales, necesita de un equilibrio entre la densidad del lenguaje y su asequibilidad, porque sean lectores de bajo y medio nivel cultural, o lectores especializados en el área, el compromiso del periodista es con la claridad, la naturalidad y la concisión y con los intereses que mueven a esa población.

EL PERIODISMO ECONÓMICO EN UNA ZONA FRONTERIZA.

Ahora bien, el periodismo económico adquiere un matiz especial cuando lo ubicamos en una zona fronteriza, allí donde las relaciones entre ambos países va más allá del plano económico o político, en una zona donde según Valero: "se suscitan densos intercambios bilaterales a escala local donde se entrecruzan movimientos culturales, económicos, entre otros, a través de múltiples canales que sirven de vías de comunicación para la convergencia de los intereses intersocietales fronterizos" (1998, p. 24).

Y en Latinoamérica estos lazos invisibles han permanecido y han superado los embates políticos y económicos de cada etapa republicana. De allí que el especialista en comunicación, Pasquali (1991) señale que la

Páginas 40 -61

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

comunicación y la integración son procesos paralelos, y que ella debe estar acompañada de un esfuerzo comunicacional: “Un proceso de integración que no esté precedido de un previo esfuerzo comunicacional/comunitario está indefectiblemente condenado al fracaso” (p. 213).

Y entre Venezuela y Colombia y especialmente entre los estados Táchira y Norte de Santander, el proceso integracionista ha traspasado durante toda la historia los límites de lo formal, pues de por medio está una frontera tan activa como la de Táchira-Norte de Santander, la cual además de sus lazos compartidos desde la colonia, ha mantenido durante toda su historia lazos políticos, económicos y culturales que exigen hoy el desarrollo de una verdadera integración fortalecida por las relaciones transfronterizas y de hermandad. Álvarez de Flores (2005) escribe:

> La confluencia de los factores políticos, económicos y culturales (…) ha generado un entorno favorable hacia la nueva concepción de la frontera como zona de contacto, espacio económico y cultura, lugar de cooperación y punto de partida para el relanzamiento de la integración. (p. 33)

Sin embargo, la integración aunque mantiene rasgos distintivos en el tiempo es un proceso difícil de conceptualizar y precisar con características bien definidas, ella se mueve en diferentes ámbitos y la política y la económica depende fundamentalmente de las decisiones gubernamentales, pero aquella que hace el hombre común, se mantiene por las fuerzas y las necesidades de la convivencias en espacios fronterizos.

Como lo señala Bustamante, la integración es un concepto que “varían tanto por las posiciones ideológicas de los estudiosos y ejecutores como por las características que va adquiriendo el proceso en cada escenario y según los países involucrados” (1997, p. 7). Pero para lograr este proceso los medios de comunicación ejercen un papel muy importante pues surgen como intermediarios entre las unidades involucradas, de allí su importancia como conciliadores o promotores de la opinión pública:

> La influencia que han tenido los medios de comunicación en el desarrollo de las relaciones bilaterales ha sido una cuestión

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

> indiscutible. La prensa venezolana, en su papel mediador, ha sido partícipe de los diferentes acontecimientos al darles cubrimiento e incluso motivar a la audiencia a tomar alguna posición respecto a los temas que han surgido en la palestra pública (Herrera Gallego, 2007, p. 33).

Por ello los medios de comunicación son necesarios para impulsar la mutua comprensión, explicitar las convergencias y contribuir a sentar las bases de un entendimiento recíproco y durable. No olvidemos que en este territorio (frontera entre Norte de Santander y Táchira) las relaciones son interdependientes:

> Lo que ocurre en un lado tiene inmediatas repercusiones en el otro. Esto se ha observado al menos en dos aspectos, uno relacionado con el intercambio comercial afectado por situaciones locales, o por las decisiones y variaciones en las económicas nacionales, como por ejemplo la reorganización espacial de Venezuela en las primeras décadas del siglo XX, o más recientemente con la aplicación de políticas de ajuste económico. El otro aspecto tiene que ver con los conflictos y la violencia desatadas por las acciones de la narcoguerrilla colombiana en las fronteras venezolanas. (Valero, 1998, p. 144)

De allí que este mismo autor para 1998 solicite de los Estados una planificación adecuada para reducir trabas administrativas y crear condiciones para el crecimiento económico de los agentes económicos de ambos países, solicitud que se concretó con la decisión 501 de la Comunidad Andina de Naciones, firmada en junio de 2001, en la ciudad de Valencia, Venezuela, la cual en su artículo 1, reza textualmente:

> A los efectos de esta Decisión, se entiende por "Zona de Integración Fronteriza" (ZIF) los ámbitos territoriales fronterizos adyacentes de Países Miembros de la Comunidad Andina para los que se adoptarán políticas y ejecutarán planes, programas y proyectos para impulsar el desarrollo sostenible y la integración fronteriza de manera conjunta, compartida, coordinada y orientada a obtener beneficios mutuos, en correspondencia con las características de cada uno de ellos.

Porque a pesar de los altibajos que pueda sufrir el proceso integracionista en la actualidad con las decisiones tomadas por el presidente

Páginas 40 -61

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

Hugo Chávez Frías, (debemos recordar que el Presidente anunció el 21 de abril de 2007 la salida de Venezuela de la Comunidad Andina y el día 22 de ese mismo mes el vice-canciller para América Latina hizo lo mismo en Bruselas ante representantes de la Comunidad Andina y la Unión Europea) los estados fronterizos involucrados en este estudio seguirán compartiendo su cultura, historia y economía y lo que afecte a un territorio afectará al otro, por tanto es necesario que los medio de comunicación sigan haciendo presencia, especialmente con su rol de intermediario para la comprensión y comunicación de ambas regiones, pues además de universidades, historiadores y otros profesionales (Giacalone, 2002), también los periodistas pueden y deben solventar la brecha en la información.

LOS DATOS

Por todo lo antes expuesto, el objetivo del presente estudio es describir el tratamiento periodístico que da el diario *La Nación* de San Cristóbal al hecho económico en su página diaria dedicada a la información que se produce en la frontera colombo venezolana, la cual se identifica con el título: *Frontera*. Con cuyos resultados se podrá deducir si estas informaciones apoyan a la zona fronteriza en su desarrollo y proceso integracionista.

El estudio se realiza tomando en cuenta el primer nivel de la información económica en el cual se encuentra la información facilitada a través de los medios generalistas y que va dirigida a un público amplio, no experto especialmente en los temas económicos. Al respecto, Esteve Ramírez (2004) señala:

> Así se incluirían en este primer nivel (…) a las secciones de economía de la prensa diaria y revistas de interés general, o generalistas, así como a los espacios económicos de las emisoras y canales televisivos no especializados y a todos aquellos medios de comunicación de masas que tienen como público-objetivo a amplios sectores de la población (p.265).

Se debe destacar en todo caso que *La Nación* es ese medio de interés general. Este periódico se edita en la ciudad de San Cristóbal-Venezuela, con

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

una circulación que abarca más de una entidad federal del occidente del país, cuyos temas están referidos a un buen número de áreas pero sin especializarse en ninguna. Por lo cual no puede ubicarse la información económica de este diario en los niveles dos y tres pues el dos, llamado especialización media, se dirige a un sector con ciertos conocimientos sobre la materia, y el tres, especialización alta, se edita para un público mas interesado y conocedor del tema.

En este trabajo descriptivo, la recolección de información se hace con la metodología propuesta por Jacques Kayser (1979) quien establece dos tipos de análisis, uno compuesto y el otro continuo, en este caso se eligió el segundo, es decir, dos semanas continuas (desde el 15 hasta el 31 mayo de 2006) para construir una ficha hemerográfica que recoja las unidades informativas y permita realizar el estudio de las siguientes categorías:

Fecha: Día de la publicación. Necesario para una búsqueda rápida de esa nota periodística.

Título de la información: Titulo ofrecido por el periodista. Nos ubica en el tema tratado

Tipo de título. Categoría que a su vez tiene cinco subcategorías: a. *Expresivo; b. Apelativo; c. Informativo; d. Temático y e. De cita*.

Las cuatro primeras subcategorías (expresivo, apelativo, informativo y temático) fueron tomadas de la clasificación de título que hace Luis Nuñez Ladeveze (1995), quien señala que "*titulares expresivos* (son aquellos que) tratan de expresar los sentimientos que la noticia va a suscitar en los lectores o en los que la escuchan" (p. 62). Los apelativos, explica el autor, son aquellos que intentan "mover el ánimo y despertar las "sensaciones" de los destinatarios. El llamado periodismo sensacionalista recurre a este tipo de títulos apelativos" (p.63); en este caso los titulares identifican la parte más impactante de la noticia y la usan para atraer al público, ejemplo de ello: "Masacre en Río Chiquito". Y el titular informativo: "es aquel que tiene por función principal identificar los rasgos de la unidad de espacio temporal a que

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

se refiere el texto informativo: identifica, pues, una secuencia del acontecer" (p. 63); acá el titular ubica al lector en el acontecimiento al cual se refiere la noticia, incluso es pensado para aquel lector que no desea sino saber superficialmente sobre el hecho, o tan solo lo fundamental de él. El cuarto tipo de título tomado de la clasificación de Nuñez Ladeveze (1995) se refiere al título temático, es decir, aquel que tan solo cumple con la función de identificar el tema sobre el cual gira la información, esos títulos en los casos de géneros informativos, pueden ser en diversos grados más expresivos o más apelativos.

La última subcategoría, es decir, aquella denominada *De Cita*, ubica a los títulos que resumen lo planteado por la fuente, sea de manera parafraseada o como cita textual. En este estudio se usa esta clasificación por cuanto en el sondeo inicial se encontró con que muchas de las informaciones ofrecidas en la página de frontera se limitan a llevar al lector lo expresado por alguna fuente. Lo cual nos permite deducir el comportamiento del periodista a la hora de titular, tomando en cuenta que la titulación es un elemento muy importante para identificar la calidad de la información.

Tema: Esta categoría nos permitiría diferenciar y ubicar el tema económico.

Género: La profundidad del trabajo periodístico está relacionada con el tipo de género que se utilice, los cuales van desde los más simples como la noticia, hasta el más complejo, como el reportaje. En este caso se ubicaron: Noticia, Entrevista Noticiosa, Entrevista de Personalidad, Entrevista de Opinión, Crónica y Reportaje.

Fuente: La variedad y la calidad de la fuente refleja la seriedad del trabajo periodístico. Por ello la categoría se subdividió en: Privadas (representantes de organizaciones privadas); Públicas (funcionarios de cualquier ente de gobierno); Comunitaria (representantes de vecinos o vecinos de cualquier sector).

Redactor: Corresponsal del medio, Agencia de Noticias, Otro.

Páginas 40 -61

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

Técnica para comprensión del mensaje. En esta última categoría se incluyeron cinco sub-categorías que permiten una mejor transmisión y comprensión del mensaje especializado: *Lenguaje comprensible, Análisis de coyuntura, Contextualización, Uso de ejemplo, y Apoyos Gráficos*.

TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DEL HECHO ECONÓMICO FRONTERIZO

Los resultados de la investigación corroboran estudios realizados anteriormente sobre el tratamiento periodístico del hecho noticioso fronterizo, especialmente aquellos en los cuales se destaca que son las informaciones de sucesos las que ocupan mayor porcentaje, en este caso el 55,55% estuvieron referidos a temas de sucesos (muertes, secuestros, enfrentamientos, etc.), mientras que *el tema económico fue objeto de tan solo 16,66%* de la información; la política 13,88%; salud, educación y turismo 8,33% y comunidad 2,7%.

Tabla 1. Temas tratados en la página Frontera del diario La Nación

Tema	Nro. De información	%
Sucesos	20	55,55
Economía	6	16,66
Política	5	13,88
Salud, educación y turismo	3	8,33
Comunidad	2	5,55
Total	36	99,97

Nota: Revisión hecha del 15 al 31 de mayo de 2006

En este primer acercamiento a la información del Diario La Nación, encontramos que, a pesar de la importancia de la actividad económica en la zona, por ser ella protagonista del mayor intercambio comercial fronterizo, ocupa tan solo el 16,66% de las informaciones publicadas en este campo, sin

Páginas 40 -61

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

embargo, en esas escasas notas sobre información económica, se observa la casi total ausencia de las técnicas dirigidas a una mejor transmisión y comprensión del mensaje. De las cinco subcategorías usadas para realizar la evaluación (*Lenguaje comprensible, Análisis de coyuntura, Contextualización, Uso de Ejemplos y Apoyos gráficos*), tan solo se usó el primero en cada uno de los trabajos, pues las unidades informativas estudiadas, sí obedecen a la regla de lenguaje comprensible de la información económica en medios generalistas: "…ofrecer unos textos comprensibles y al alcance de cualquier lector, eludiendo todo tipo de extranjerismo, eufemismo, tecnicismos, etc." (Esteve Ramírez, 2004, p. 267). Situación que por si solo pudiera establecer criterios valederos sobre el tratamiento de la información económica, pero que cuando la cruzamos con las otras cuatro categorías observamos como pierde su valor y en vez de realzar la importancia del hecho económico la vacía de contenido.

El resto de los requisitos presenta un panorama totalmente diferente puesto que su incorporación en el lenguaje periodístico no aparece en el la muestra estudiada. Por ejemplo, en ninguna de las informaciones fichadas referidas al hecho económico se pudo ubicar el *Análisis de Coyuntura*, lo que implica ofrecer explicaciones que permitan al lector la mejor comprensión del hecho económico. Tampoco se cumplió con el requisito de *Contextualización*, el cual le permite al lector ubicar "la información en su entorno y (…) comprender mejor sus causas y consecuencias posibles" (Esteve Ramírez, p. 268) y finalmente tampoco se utiliza el *Ejemplo*, el cual, obviamente, permite comparar la situaciones planteadas con otras ya conocidas. Comparación que en los hechos económicos es muy importante, pues el periodismo económico trabaja con datos, los cuales deben tener un referente, y sin esa posibilidad de comparar, el dato seguramente perderá sentido.

En cuanto al *Apoyo Grafico*, se debe señalar que de las seis (16,66%) unidades informativas estudiadas, tan solo tres ofrecen al lector un acompañamiento gráfico y aun así éste se limita a reproducir la foto de la fuente (en dos ocasiones) y, en la otra, la estructura del aeropuerto (objeto de

Páginas 40 -61

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

la información). Lo cual deja a un lado recursos como infografias, cuadros estadísticos, representaciones icónicas, etc. las cuales ayudarían a ampliar la información y a hacerla más comprensible. Estas debilidades tienen una explicación, pues cuando las cruzamos con la categoría géneros observamos que la noticia y la entrevista noticiosa son los géneros mayoritarios y ellos tienen una desventaja, y es que en notas cortas el periodista no tiene la posibilidad de agotar todos los recursos periodísticos existentes. Por lo tanto, la recomendación inmediata sería dar mayor cabida al reportaje, pues en este:

> … el periodista especializado puede profundizar en los temas de actualidad económica aportando la información procedente de distintas fuentes propias y ajenas, así como los datos elaborados a partir de su propia investigación (…) Este reportaje puede ser completado con los comentarios de algún experto en la materia (…) puede enriquecerse el trabajo con algunos gráficos o cuadros estadísticos… (Esteve Ramírez, 2004, p. 269)

Por tanto, se concluye que a pesar de existir el espacio para trabajar la información económica acorde a la realidad fronteriza, se desaprovecha el uso de recursos periodísticos necesarios para resaltar la importancia que el sector económico tiene para la zona fronteriza Táchira Norte de Santander y para apoyar el proceso de integración que obviamente se adelanta en este marco. Especialmente se destaca el poco uso que se hace del género reportaje, el cual en periodismo informativo ofrece grandes posibilidades de contextualización, explicación y análisis de los fenómenos económicos tan particulares que viven las regiones fronterizas y tan importantes para hacer del mensaje una información útil para la toma de decisiones cotidianas.

TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA INFORMACIÓN FRONTERIZA

También se pudo realizar en esta revisión hemerográfica un paneo sobre el tratamiento periodístico que, en general, recibe la información de frontera. Y para ello se trabajó con otras categorías. En cuanto al género periodístico, se observa el uso de la entrevista noticiosa y la noticia (61,11% y 38,88% respectivamente) ocupan la totalidad de los trabajos, sin dar cabida, repetimos, a géneros que permiten mayor contextualización y profundización del hecho

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

noticioso, como el reportaje, el cual ofrece la explicación pormenorizada de un hecho o la interpretación de sus causas y consecuencias; igualmente la crónica, que puede dar agilidad a la temática; o la entrevista sea de personalidad u opinión, que nos ofrecen puntos de vista mas trabajados.

Los resultados se corresponden con otros estudios hechos sobre el mismo tema, pero especialmente vale la pena destacar, por lo extenso del período estudiado (1996-2006), la conclusión a la que llega Herrera Gallego (2007) sobre esta misma categoría cuando analiza los diarios El Nacional y La Nación de Venezuela:

> De esta manera se ha podido percatar que la cantidad de *noticias* u otros escritos meramente informativos como el *breve* y el *romanceado*, sobrepasa el número de notas o unidades de los géneros crónica y reportaje, que como se ha explicado en apartados anteriores, exigen al periodista un trabajo de mayor profundidad e investigación (p. 98).

El tipo de título usado con mayor frecuencia responde al Informativo (69,4%), lo cual a pesar de ser apropiado resta creatividad al redactor. En segundo lugar nos encontramos con el de cita (19,44) y en tercer lugar el temático (11,11%). El resultado de titulares construidos con frases textuales de la fuente se corresponde con el número de veces que la entrevista noticiosa se usa como género para dar a conocer la información, en ello no encontraríamos ninguna discrepancia, pero encontrar títulos temáticos, los cuales no trasmiten información ni impresión directa al lector, sí surge como ruido en el proceso de información puesto que el temático solo enuncia, no atrae, ni disminuye la incertidumbre, mucho menos contextualiza o explica, lo cual se contrapone a las características que debe guardar los titulares del periodismo informativo.

Ahora bien, del análisis se desprende que la política editorial del medio reconoce la importancia de la frontera Táchira-Norte de Santander por dos variables, una, ofrece una página diaria sobre esta zona y dos, coloca un corresponsal propio, quien elabora el 97,22% de las noticias publicadas (de las 36 informaciones estudiadas, tan solo una (1) tiene como redactor a una agencia de prensa), pero a quien podemos criticar el hecho de que en sus

Páginas 40 -61

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

informaciones utilice mayormente (83,33%) como fuente a funcionarios del gobierno (nacional, regional y local). El usar solo fuentes gubernamentales resta al trabajo periodístico uno de sus requisitos: la corroboración y el contraste de fuentes.

CONCLUSIONES

Como conclusiones generales tenemos. En primer lugar, se entiende que el hecho de dedicar una página para los acontecimientos de frontera ya hace que se le reconozca a esta zona la importancia que tiene para todo el estado Táchira. Y de esta manera el medio de comunicación cumple su papel de intermediario, de puente, entre dos poblaciones con intereses comunes y con un proceso integracionista que se aleja por momentos de las decisiones políticas y económicas gubernamentales.

Sin embargo, los recursos periodísticos que se invierten en esta cobertura no son empleados en toda su capacidad, especialmente por dos razones, limita el uso de fuentes a las oficiales o de gobierno y no utiliza géneros periodísticos de mayor alcance para dar profundidad y contextualización a los hechos. Y siguen siendo los hechos relacionados con la seguridad los que ocupan mayores espacios, en detrimento de temas como el económico tan importante para una zona de frontera.

Específicamente, en cuanto al tratamiento de la información económica se debe destacar que no se utiliza ninguno de los elementos recomendados para mejorar su lenguaje y comprensión. De los cinco elementos estudiados: *Lenguaje comprensible, Análisis de coyuntura, Contextualización, Uso de Ejemplos y Apoyos gráficos*, sólo el primero se hace presente la mayoría de las veces, pero como paradoja, no para fortalecer el contenido sino para vaciarlo, para descontextualizarlo y ofrecer solo hechos aislados, sin esos elementos que permiten la comprensión más global del tema económico, el análisis, la contextualización, la ejemplificación y la graficación.

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

Aún cuando el presente estudio no intenta ofrecer resultados definitivos, sobre un tema que requiere además de mayor profundidad, mayor número de medios analizados, sí arroja algunas recomendaciones prácticas en el ejercicio del periodismo en la frontera:

1. El periodista encargado de cubrir la información fronteriza general y en especial la económica, debe estar consciente que ella engendra un compromiso social referido al desarrollo de una zona con características únicas.
2. La información económica de la frontera no solo debe hacer uso de los elementos periodísticos necesarios para hacer comprensible el hecho económico, sino que también debe contribuir al fortalecimiento de los lazos históricos, culturales, sociales y económicos que conducen a la integración local, a la complementación del uno con el otro.
3. El trabajo periodístico en la zona puede ser mejorado en la página *Frontera* ofreciendo mayor pluralidad en las fuentes, usando géneros como el reportaje y la crónica e incorporando mayor acompañamiento gráfico.

REFERENCIAS

Álvarez de Flores, R. (2005). De las fronteras que separan a las fronteras que unen. La región Norte de Santander-Táchira. En: B. E. Flores Ortega y R. Álvarez de Flores (Comp.), *Comunicación, integración y cultura en América Latina* (pp. 23-42). Mérida: Universidad de Los Andes-Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico.

Bernabeu Moron, N. (2006). *Breve historia de la prensa*. Recuperado el 14 de febrero de 2007, de : http://www.quadraquinta.org/documentos-teoricos/cuaderno-de-apuntes/brevehistoriaprensa.html

Mc Bride, S. (1982). *Un solo Mundo. Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica (FCE) y UNESCO.

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

Bustamante, A. M. (1997). La integración regional: una aproximación necesaria (Versión electrónica). *Aldea Mundo*. Año 2 No 3, Diciembre-Octubre. San Cristóbal: Centro de Estudios de Fronteras e Integración, Universidad de Los Andes.

Coca, C. y Diezhandino, M. P. (1991). *Periodismo económico*. España, Madrid: Editorial Paraninfo.

Del Río, R. (2004). *Periodismo económico y financiero*. España, Barcelona: Editorial Síntesis.

Esteve Ramírez, F., (2004). Información económica. En: J. Fernández del Moral, (coord.), *Periodismo especializado*. España, Barcelona: Ariel Comunicación.

Giacalone, R., (2002). *La integración regional en la historia*. En: Biblioteca Virtual Andina, Recuperado el 6 de mayo de 2007, de: http://www.comunidadandina.org/bda/docs/VE-INT-0003.pdf

Herrera Gallego, R. (2007). *Relaciones bilaterales colombo-venezolanas: una mirada en la prensa venezolana (1996-2006).*Memoria de grado no publicada. San Cristóbal: Universidad de Los Andes.

Kayser, J. (1979). *El diario francés*. España, Barcelona: Editorial A.T.E

Nuñez Ladeveze, L. (1995) *Introducción al periodismo escrito*. España, Barcelona: Ediciones Ariel.

Pasquali, A., (1991). *El orden reina. Escritos sobre comunicaciones*. Caracas: Monte Ávila Editores.

Prieto Ampudia J. M., *(2006) Influencia de Internet en el periodismo económico en España (2000-2005)*. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado el 05 de abril de 2007, de: http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/11341629/articulos/ESMP0606110413A.PDF

Rodríguez, E. (1987) *Periodismo económico*. Caracas: Academia Nacional de Ciencias Económicas.

Valero, M. (1998). El suroeste de Venezuela: espacios de integración fronteriza (Versión electrónica). En: *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*. *N.* 18: 139-158

Dep. Legal: ppx 200502zu1935 / ISSN: 1856-1594 / Catálogo LATINDEX: 14.510 / Directorio REVENCYT: RVO004
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB
Directorio CLASE / Directorio Redalyc

Valero, M. (2002). *Las fronteras como espacios de integración*. Caracas: Consejo de Estudios de Postgrado, Consejo de Desarrollo Científico Humanístico y Tecnológico - ULA, Fondo Editorial Tropykos.

Valero, M. (2004). Ciudad y fronteras. *Aldea Mundo, revista sobre Fronteras e Integración.* Año 9, Nro 17, Mayo-Octubre. San Cristóbal: Universidad de Los Andes, Centro de Estudios de Fronteras e Integración

Weill, G. (1979). *El periódico*. México: Ed. Uteha