



CAPACITAN A PERIODISTAS EN FINANZAS Y ECONOMÍA

El Seminario-Taller “Redacción Cobertura y Análisis de Información Económica y Financiera” de la Fundación Trust para las Américas y el Centro Latinoamericano de Periodismo (CELAP) de la Organización de Estados Americanos (OEA), realizado el **1 y 2 de marzo del 2010**, instruyó acerca de los indicadores económicos, las cuentas nacionales de los gobiernos y las finanzas de las empresas.

Los sectores económicos están divididos en primario que es la actividad relacionada a los recursos naturales (pesca, agricultura, minería), secundario (industrias) y terciario (servicios) que es la actividad que requiere más capital humano y brinda mayor cantidad de trabajos. En la economía **de EE.UU. el sector de servicio es el 70 % de su economía** y sólo un 2 % es sector agrícola.

Entre los índices que más generan noticia, está la inflación -el alza general de los precios-, fenómeno también ligado a la incertidumbre de la inversión y la redistribución del ingreso y las diferencias de los sectores sociales.

Divulgar el Índice de Poder de Paridad de Compra (PPP), instrumento que mide qué se puede comprar con cierta cantidad de dinero en determinado sitio, o bien, otra forma es informar cuántos carros se venden por minuto en cada país.

“La pregunta básica para cualquier índice económico es contra qué se compara, a partir de ahí es posible contar una historia, cifras del mismo periodo con otros años, explicar los fenómenos particulares –estacionalidad-, si hubo casos de catástrofes, recesión, sequía, inundaciones, etcétera en algún año que afecta la actividad económica”, explicó el experto.

La recomendación es evitar la jerga especializada, tener como fuentes a especialistas, no incluir demasiados números, por ejemplo “sus ganancias fueron el doble no si se paso de 100 a 200”, afirmó el experto.

Si se dice positivo y negativo, especificar a quién beneficia o perjudica. Encontrar la dimensión humana, citar fuentes para que la nota tenga autoridad. La noticia preliminar es sólo el comienzo, “puede adornarse como un “best seller”: poder, dinero y pasión, eso hace diferencia”.

No escribir lo que no entienden y no dejar que los lectores hagan las cuentas. Explicar que los porcentajes y los puntos porcentuales no es lo mismo, si la tasa de interés sube del 10 % al 12 %, eso es 2 puntos porcentuales no el aumento porcentual del 20 %.

Elaborado por el Área de Comunicación y Capacitación Colegio de Periodistas de Costa Rica, Juan José Arce Vargas. Tel. 00 (506) 2233-5850. Fax. 00 (506) 2255-1590.