

# TALLER DE PERIODISMO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Por LUIS CORTINA

MARZO 2015

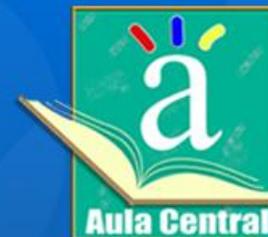


## 2<sup>DA</sup> semana ECONÓMICA Y FINANCIERA



*Por la estabilidad y el crecimiento*  
[www.bancentral.gov.do](http://www.bancentral.gov.do)

 BancoCentralRD



# Primera sesión I

- **El gran desafío de todo periodista económico: la “traducción” de los conceptos al lenguaje cotidiano.**
- No somos economistas, somos periodistas: tenemos que ser comprensibles para todos. La paradoja: estamos tratando conceptos e informaciones que exigen precisión, incluso en los términos.
- Cómo explicar que decisiones y hechos de política económica o de negocios impactan en mi bolsillo. Lo más sencillo: el presupuesto familiar. Quién no sabe que en su casa tiene ingresos, gastos y, si puede, ahorra o invierte en bienes o servicios. Y si no ahorra, puede financiar esos consumos. Algo similar le pasa al Estado. La gran diferencia: éste toma decisiones que afectan a toda la población, en mayor o menor medida.
- **Conceptos y términos básicos de la información económica**
- Las cuentas del Estado: recaudación tributaria, aduanera y previsional; gasto público (gasto e inversión); financiamiento del Estado, interno y externo.
- La política monetaria: el rol del Banco Central, la fijación de la tasa de interés y el tipo de cambio, la emisión monetaria
- Las cuentas externas: balanza comercial y de servicios.

# Primera sesión II

- **Macro y microeconomía: diferencias e interrelación entre ambas áreas**
- Cuando hablamos de macroeconomía nos referimos básicamente a las decisiones de política económica que toma el Estado/Gobierno y que inciden en la población, en distintos niveles y medidas.
- La microeconomía se ocupa de los aspectos más cotidianos: el empleo, los negocios de empresas y particulares, el ahorro y la inversión desde el punto de vista de los consumidores.
- **Sectores de la economía: cada país es un universo distinto**
- Hay una división básica común al análisis internacional: la industria, el sector agropecuario, los servicios (incluyendo aquí a las finanzas, bancos, seguros, etc.) y la industria extractiva: hidrocarburos, minería. Y desde el punto de vista de su uso económico, la producción se clasifica en: bienes de capital, bienes intermedios (insumos) y bienes de consumo (durable y no durable).
- Como verán, esta estructura tiene múltiples variantes según el país del que se trate y el grado de desarrollo que haya alcanzado.

# Segunda sesión: fuentes de información

- **Principales fuentes de la información económica**

- **La información pública:** gobiernos y organismos públicos (según el país)

- Ministerio de Economía, Secretaría de Hacienda, Ministerio de Trabajo, Banco Central
- Organismo impositivo, Aduana, organismo previsional, organismo estadístico

- **La información privada:**

- Empresas (en sentido amplio)
- Bancos
- Sector agropecuario
- Cámaras sectoriales
- Un nuevo actor: las agencias de RR.PP: los mediadores

# Segunda sesión: cómo usar la información estadística

- Concepto básico: términos nominales y relativos. Los por qué de cada caso
- La estacionalidad y cómo librarse de ella: la comparación interanual.
- Cómo prever cambios de tendencias: los casos en que sí usamos la variación intermensual.

# Tercera sesión: los temas en debate

- Lo urgente: los precios de las materias primas
  - El petróleo: qué hacer con un manejo de los precios que no depende de nosotros. Sobre todo en un país que depende esencialmente de la importación.
  - El caso argentino: el dilema es cómo atraer la inversión para no seguir dependiendo del exterior. Vaca Muerta en la mira.
- Los precios de los granos: ¿se acabó la era de la súper soja? Todo indica que sí.

# Temas en debate II

- El rol de China y los BRICS (Brasil, Rusia, India, China Sudáfrica).
- El gigante asiático ha tomado una dimensión que hace casi imposible soslayarlo, y en muchos casos es necesario negociar en alianza con otros. Es un dato de la realidad, más allá de posiciones ideológicas.
- El caso argentino: un acuerdo que entregó (casi) todo, por las urgentes necesidades de financiamiento y de divisas.
- Las demoras en el acuerdo UE-Mercosur
- ¿Se pueden controlar los flujos de capitales? Un debate permanente desde la globalización para aquí.

# Cuarta sesión: cómo se arma la agenda

- **El origen de la información.**

- 
- La agenda insoslayable: la información pública y privada.
- Fuentes: las agencias de noticias, los medios electrónicos (la web, Twitter, Facebook). Lo que informan los organismos públicos y las empresas o cámaras del sector privado.
- La agenda propia: esencial, especialmente para medios impresos, porque es lo que agrega valor a la información para nuestros consumidores. La pregunta del día para nuestros cronistas: ¿qué tienes para darnos hoy? No me cuentes lo que ya sé.
- Rutinas de trabajo: diferencias entre distintos medios por su frecuencia. El caso de los diarios: cómo hacer una tapa que al día siguiente siga vendiendo.
- Los problemas actuales en la Argentina: el Indec “trucho”, un gobierno cerrado a la prensa, el temor de las empresas.

# Apéndice: el mapa de medios en la Argentina

## Medios afines al gobierno

- **Estatales:** propiedad del estado nacional
- **Sostenidos con pauta oficial:** de propiedad privada no existirían sin publicidad gubernamental
- **Medios contratistas:** son operados por proveedores del estado
- **Medios de universidades y del tercer sector:** ONG's, sindicatos, etc.

## Medios neutrales / no afines

# MEDIOS SOSTENIDOS POR PAUTA

•Grupo 23 - Szpolski /Garfunkel



•Grupo



•Grupo Telefe



•Grupo UNO – Vila/ Manzano



•Grupo Ámbito



•Grupo Moneta/ Garfunkel



•Grupo Olmos



•Grupo Albavisión/ Remigio Gonzalez



•Grupo Pierri



•Electroingeniería



# MEDIOS OFICIALISTAS Y AFINES AL GOBIERNO

Cristóbal Lopez

Comodoro Rivadavia



canal nueve



Del Mar  
98.1  
Comodoro Rivadavia Chubut

**Grupo  
INDALO**

minuto**uno**.com

**Patagónico**



POP  
RADIO101.5



VALE  
97.5

**Grupo  
Hada**



C5N



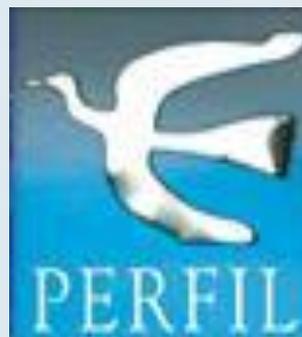
TKM  
103.7



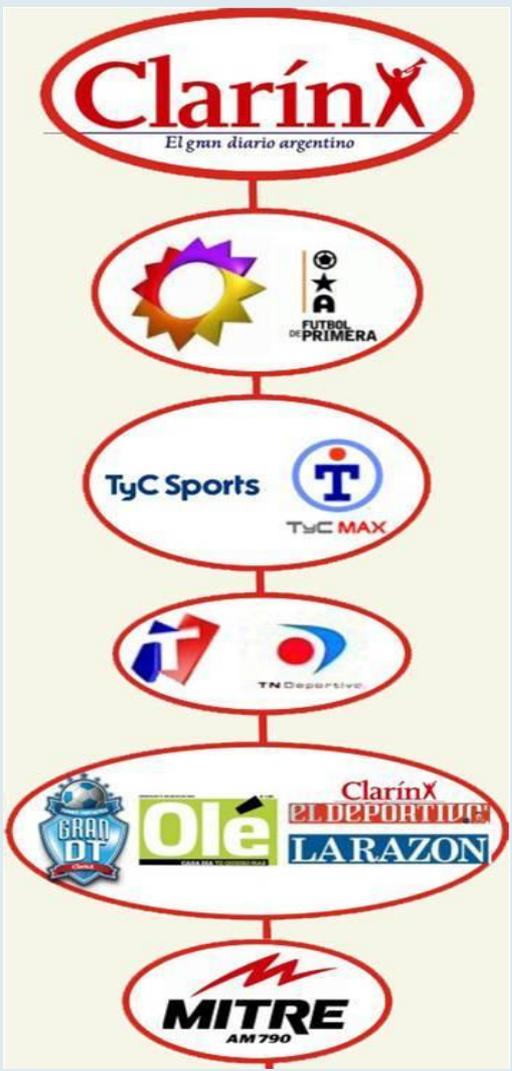
MEGA  
98.3  
LA RADIO  
DEL ROCK

Operación  
cerrada el  
26/04/12

# MEDIOS NEUTRALES / NO AFINES



# GRUPO CLARÍN



Cómo influyen en línea editorial de sus periodistas  
// caso otros medios chicos





# MAPA DE MEDIOS DE ARGENTINA



# GRUPO DE MEDIOS

**DE NARVAEZ**

**GRUPO  
TELEFONICA**

**CADENA  
3**

**GRUPO UNO  
VILA –  
MANZANO**

**GRUPO  
HADAD**

**GRUPO  
PIERRI**

**GRUPO CIE  
ROCK &  
POP**

**GRUPO  
PRISA**

**GRUPO  
CLARIN  
(AGEA)**

**GRUPO  
LA NACION**

**PERFIL**

**EI  
CRONISTA**

**GRUPO  
AMBITO**

**GRUPO  
OLMOS**

**GRUPO  
23**

**GRUPO  
INDALO  
Cristóbal  
Lopez**

# GRUPO CLARÍN

GRUPO CLARÍN

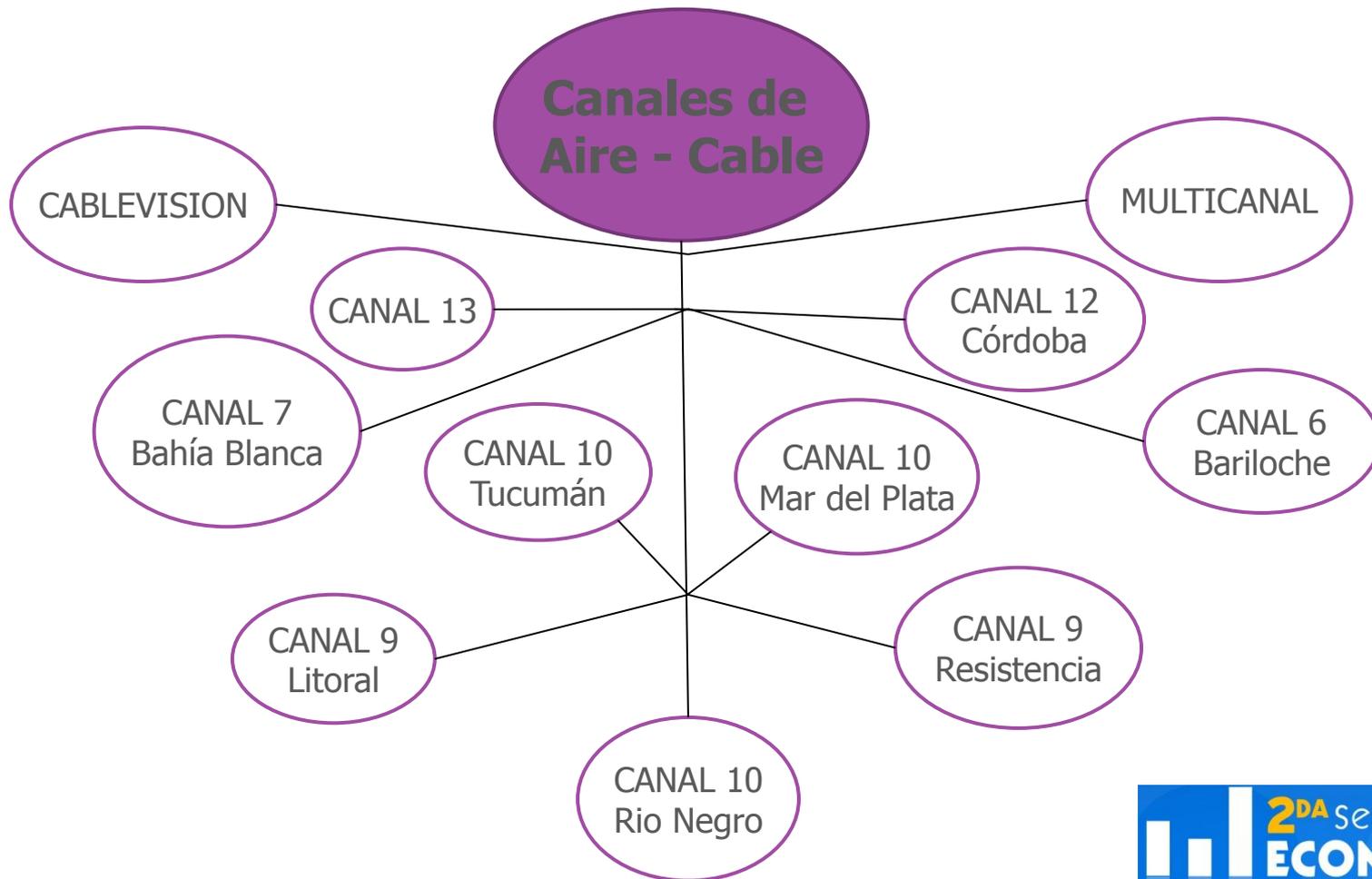
TIRADA: 230.525

AÑO DE FUNDACIÓN 1945

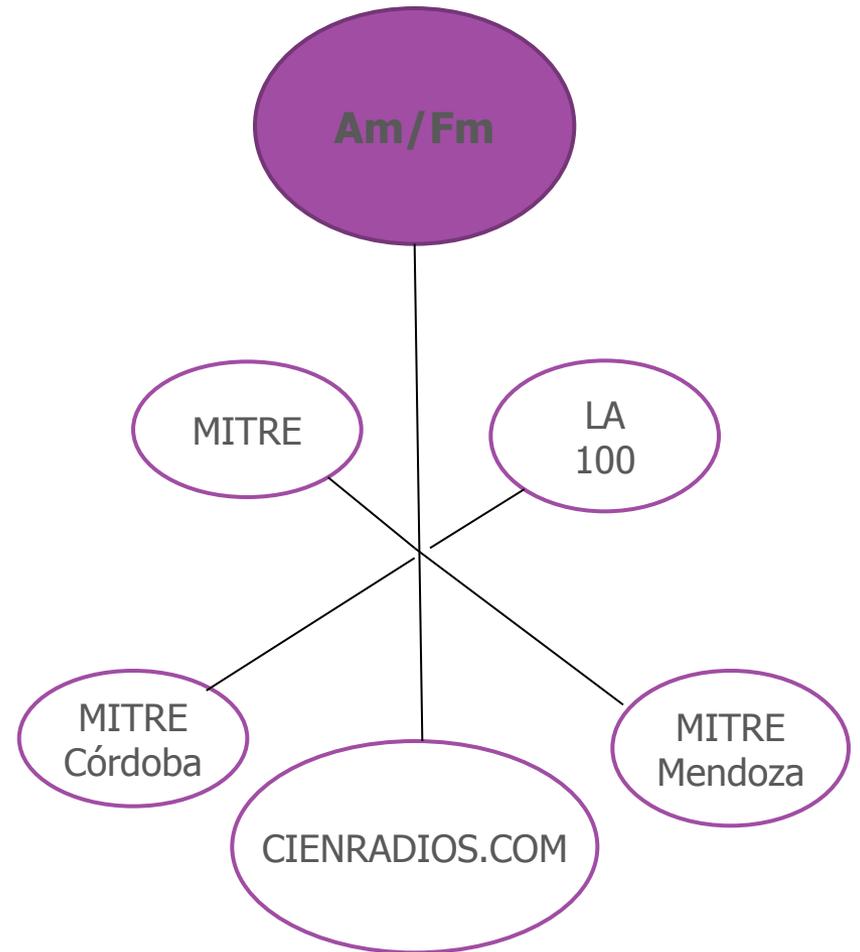
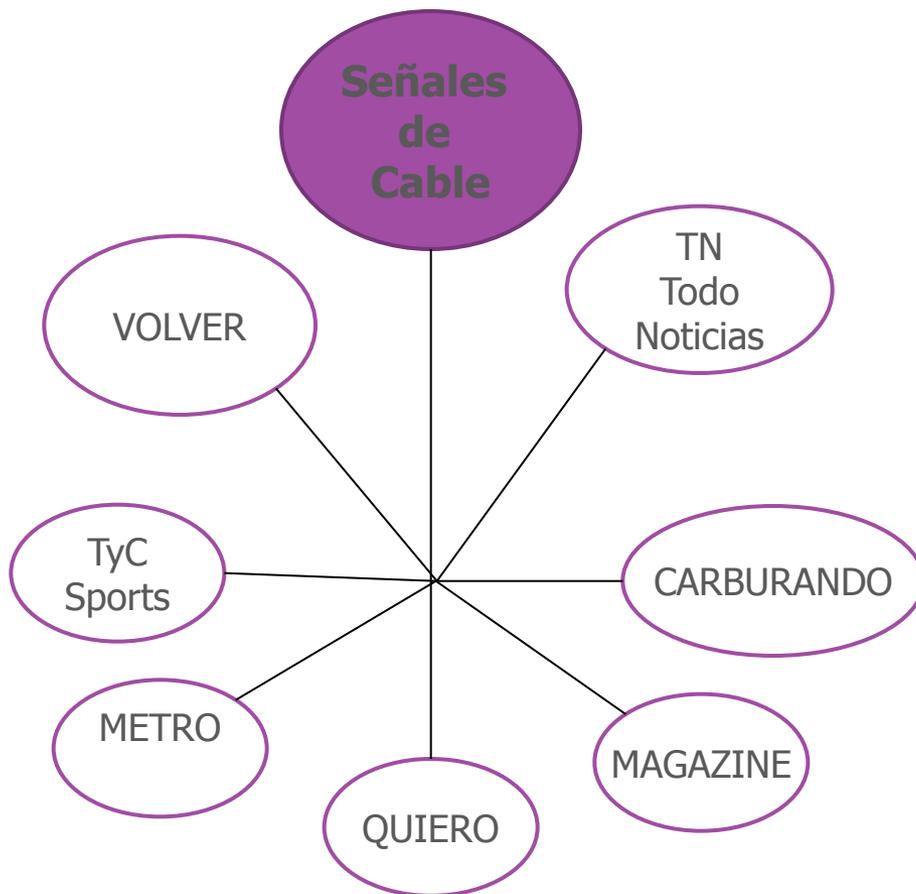
## **ACCIONISTAS**

Controlantes: Ernestina Herrera de Noble,  
Héctor Magneto; Lucio Pagliaro y José Aranda 70,99%;  
Booth American Company Investment, 8,75%;  
Cotiza en Bolsa., 20,35%

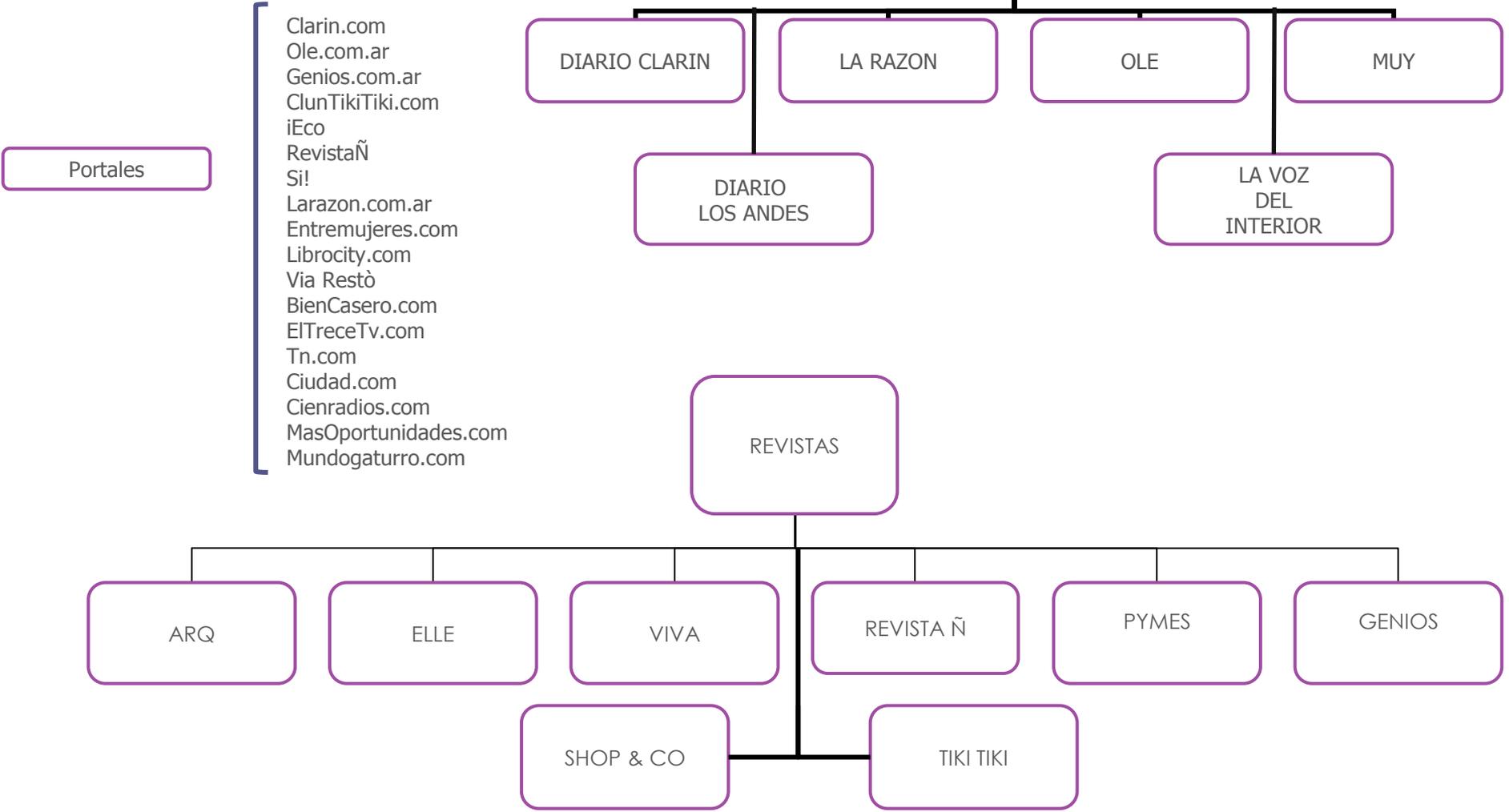
# GRUPO CLARÍN



# GRUPO CLARÍN



# GRUPO CLARÍN



# GRUPO LA NACIÓN

ACCIONISTAS

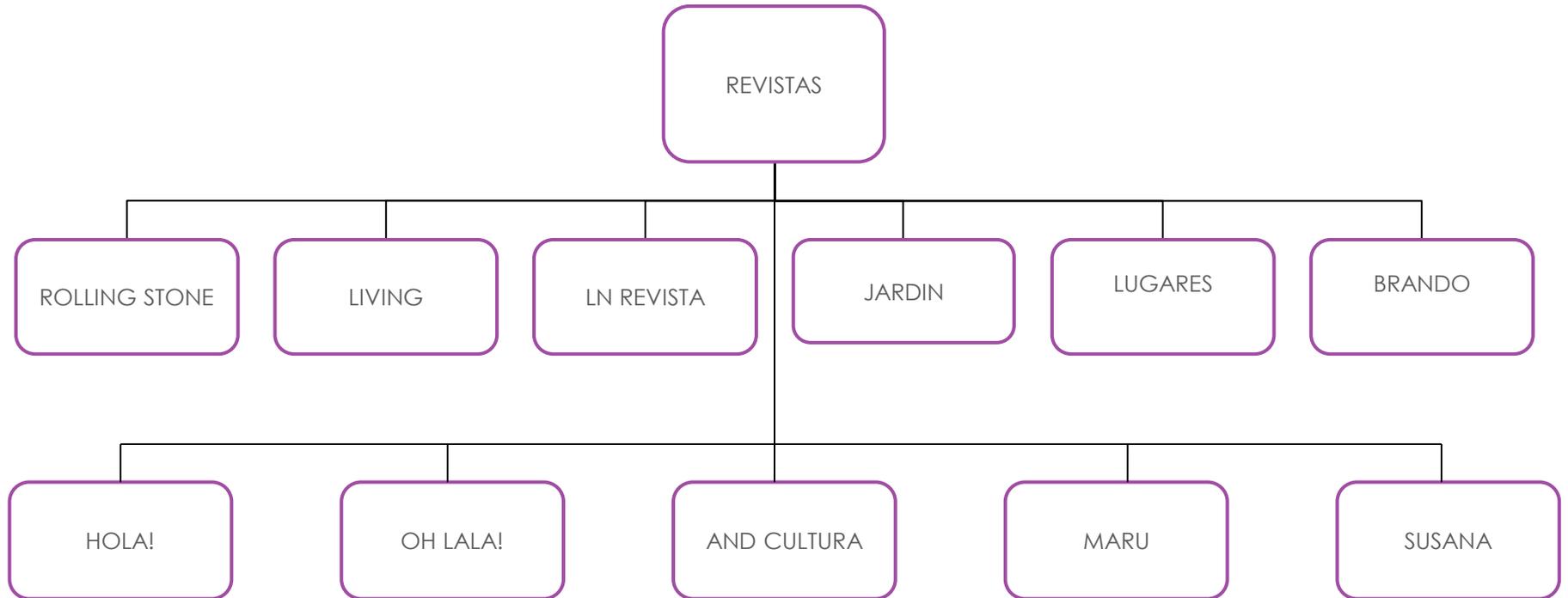
DUEÑOS: Familia Mitre y Saguier

TIRADA: 152.790

GRUPO LA NACIÓN

AÑO DE FUNDACIÓN 1870

# GRUPO LA NACIÓN



# GRUPO ÁMBITO- Diario ÁMBITO FINANCIERO

## ACCIONISTAS

Cristobal López (INDALO) 60%  
Orlando Vignatti 40%

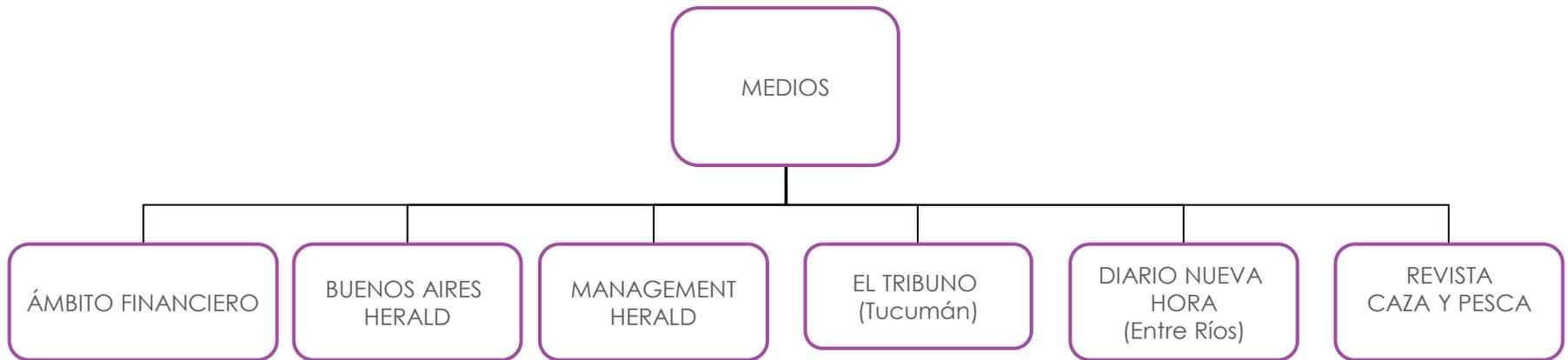
DUEÑO Orlando Vignatti

TIRADA: 85.750

GRUPO ÁMBITO

AÑO DE FUNDACIÓN 1976

# GRUPO ÁMBITO- Diario ÁMBITO FINANCIERO



# PERFIL

ACCIONISTAS

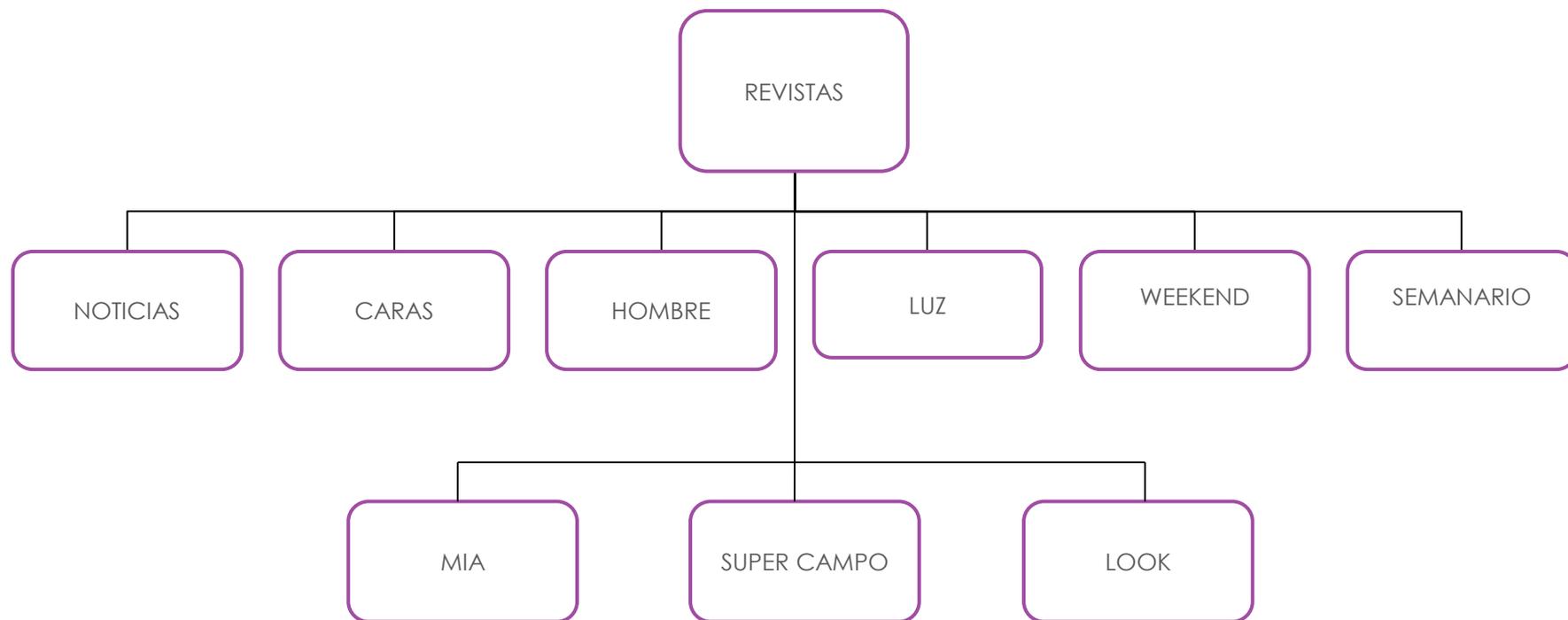
DUEÑO Familia Fontevvecchia

TIRADA: 31.161

GRUPO PERFIL

AÑO DE FUNDACIÓN 1998

# PERFIL



# GRUPO GDN- Diario EL CRONISTA COMERCIAL

ACCIONISTAS

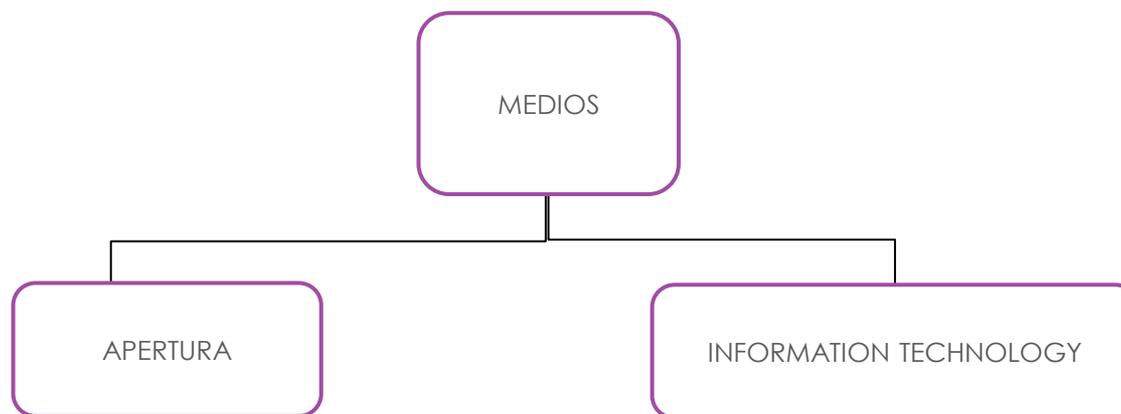
DUEÑO

TIRADA: 58.000

GRUPO Gdn

AÑO DE FUNDACIÓN 1908

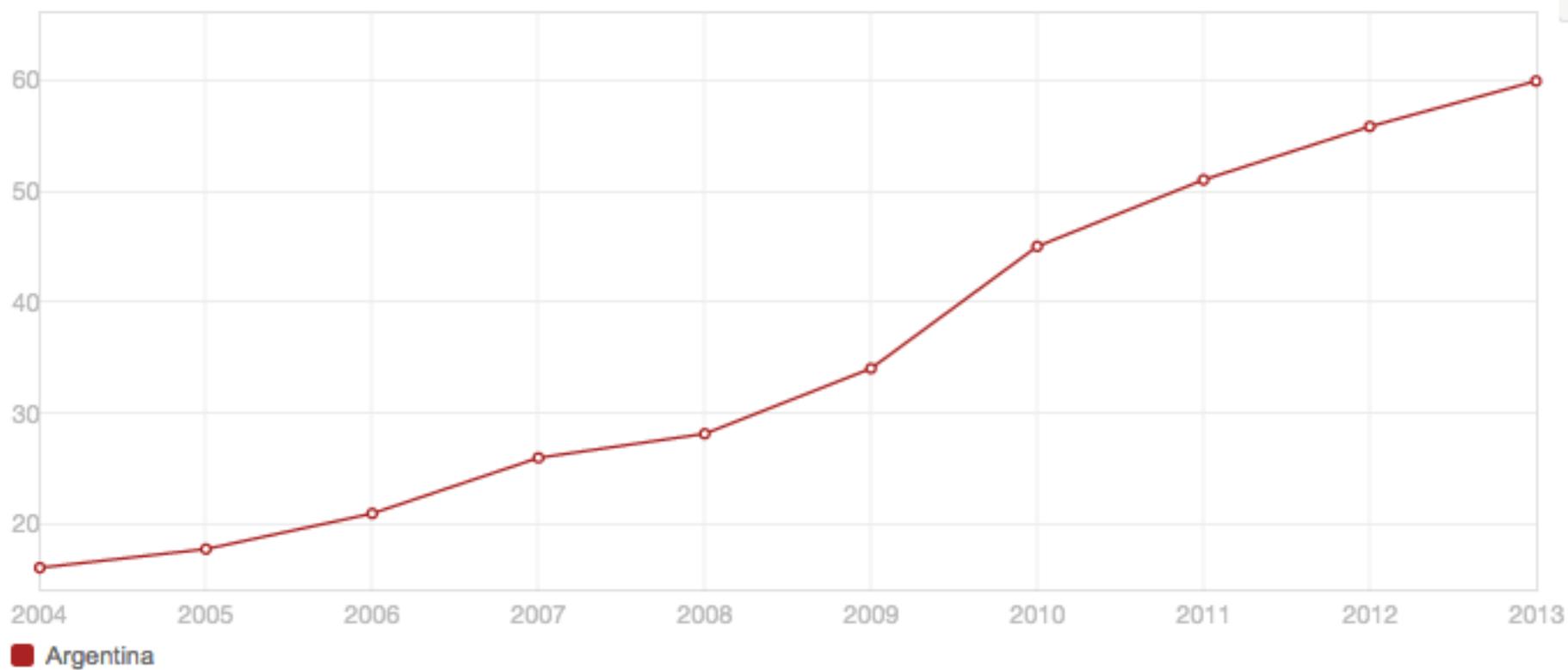
# GRUPO GDN- Diario EL CRONISTA COMERCIAL





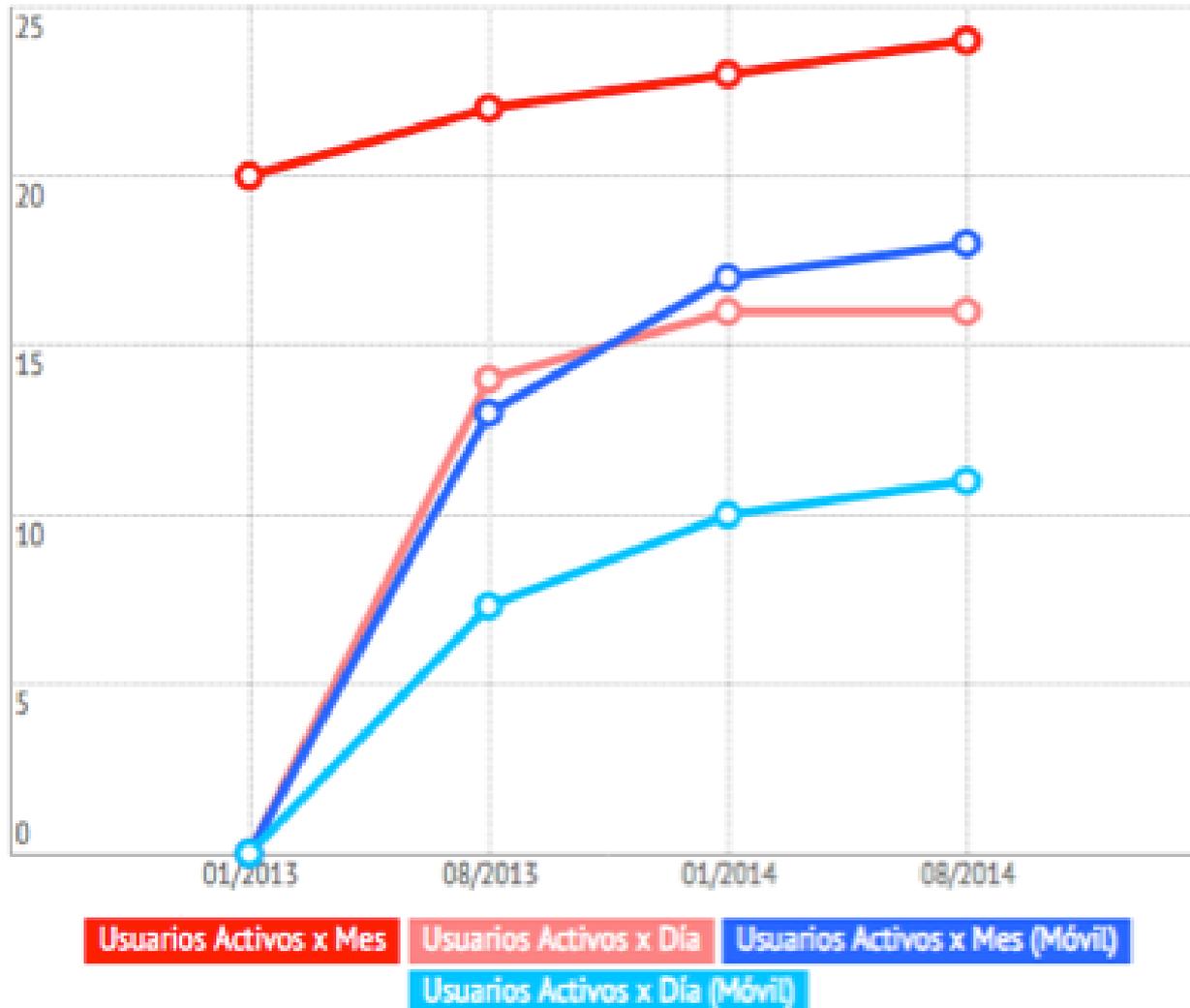
# REDES SOCIALES EN ARGENTINA

# Usuarios de Internet (por cada 100 personas) Argentina



Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones

## Evolución Historia usuarios Facebook En millones de usuarios - Argentina



## Usuarios Twitter en Argentina



- Argentina tiene 4,7 millones de usuarios activos.
- En promedio generan un total de 14 millones de tuits por día.
- El 57 por ciento de los son hombres, el 43 por ciento son mujeres.
- El 32 por ciento tiene entre 25 y 34 años, el 26 por ciento entre 16 y 24, el 21 por ciento va de los 35 a los 44, el 14 por ciento de los 45 a los 54 y el 7 por ciento tiene entre 55 y 64 años de edad.

## Promedio Anual Televidentes Totales de canales de aire

Fuente: IBOPE



## Promedio Anual Circulación de Diarios pagos

Fuente: IVC



Incluye a: Clarin + La Nacion + Diario Perfil + Popular + El Dia + La Nueva Provincia + La Voz del Interior + Ole + El Plata Informador

## Promedio Mensual Oyentes Radio AM

Fuente: IBOPE



Incluye a: Radio 10 + Rivadavia + Mitre + La Red + Del Plata + Continental + America

MUCHAS GRACIAS!

A decorative graphic consisting of a solid teal horizontal bar that spans the width of the slide. Below this bar, on the right side, there are several horizontal lines of varying lengths and colors, including teal and white, creating a layered, stepped effect.