

# El parche de periodistas que usa Twitter para enseñarle economía a la 'pípol'

¿Le suena a chino cada vez que le hablan de déficit fiscal, inflación o deuda bruta? Si es así, hace parte de la 'pípol', el grupo de personas a las que unas periodistas buscan educar e informar a punta de hilos en Twitter.



DIEGO OJEDA

Dojeda@elespectador.com  
@DiegoOjeda95

La economía tiene la particularidad de ser esos temas que influyen en la vida de todos, pero que no todos entienden. Constantemente se escucha hablar que la inflación subió, que la deuda externa de Colombia alcanzó máximos con relación al Producto Interno Bruto, o que las calificadoras de riesgo le quitaron el grado de inversión al país. Temas densos que muchas veces parecen escritos por y para especialistas, excluyendo al grueso de la población, a la 'pípol' que no entiende cómo estos asuntos pueden afectar su bolsillo.

Los periodistas económicos tienen el reto de traducir ese lenguaje técnico y medio enredado a uno que pueda entender el colombiano de a pie, incluso si esto implica salir de las páginas de un periódico, de una estación de radio o de un canal de televisión y migrar a espacios más informales, como las redes sociales.

Ese es precisamente el desafío que asumieron las periodistas Valerie Cifuentes, María Camila González y Angélica Benavides cuando crearon la cuenta de Twitter Economía para la pípol, un espacio en el que con lenguaje simple y gifs graciosos le explican a su audiencia temas como la Bolsa de Valores, el valor fundamental de las empresas y cómo saber hasta dónde endeudarse?

"Acostumbramos abordar temas coyunturales, como las OPA por Nutresa, por ejemplo, pero también atendemos a preguntas que nos hace la pípol. Además hacemos encuestas en las que consultamos qué otros temas les gustaría que abordemos", detalla Benavides.

Cuentan que la idea nació de un trino de González, quien preguntó a sus seguidores qué se puede hacer, desde el periodismo, ante las noticias falsas y la reforma tributaria que se le cayó al exministro de Hacienda Alberto Carrasquilla.



Valerie Cifuentes, Angélica Benavides y María Camila González le enseñan a la gente, de una forma clara y divertida, que la economía sí se puede entender. / Oscar Pérez.

Mucha gente comenzó a responderle, entre esas Benavides, quien por casualidades de la vida tenía como amiga en común a Cifuentes. Mensaje fue, mensaje vino y resultaron las tres conversando sobre este tema y acordando que, como profesionales de la comunicación, podrían consultar a expertos e informar de manera clara a su audiencia usando Twitter. Fue así como nació Economía para la pípol.

Hoy cuentan con más de 12.400 seguidores, entre quienes hay personas que agradecen por su trabajo, les hacen preguntas para profundizar en los temas y hasta les proponen nuevos enfoques.

"Si tenemos un tema que no entendemos bien, no salimos con imprecisiones. Lo investigamos y lo mostramos a distintos expertos (economistas en su gran mayoría) y ellos nos dicen qué es lo que nos falta. Es así como surge parte de nuestro proceso creativo", explica Cifuentes.

## La necesidad de la educación financiera

Muchas autoridades y expertos señalan la importancia que tienen espacios como estos, pues coinciden en que una acertada educación financiera no sólo permite que las personas gestionen mejor su dinero, sino que las empodera para participar en las políticas económicas de su país.

» El país tiene una puntuación de 4,6 (sobre 8) en conocimientos financieros, según el CAF.

"En procesos de elecciones, por ejemplo, si un candidato dice que va a aumentar el gasto, puede que haya personas a quienes esto les parezca maravilloso, pero también habrá otras más críticas que sabrán que ese dinero no va a salir de la nada, sino de sus bolsillos por medio de los impuestos", señala Isidro Hernández Rodríguez, profesor de economía de las universidades Externado y Nacional.

Y es que en países como Colombia, el reto por la educación financiera sigue siendo grande. La Encuesta de Medición de Capacidades financieras, elaborada por el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), muestra que el país tiene una puntuación de 4,6 (sobre 8) en conocimientos financieros, evidenciando brechas donde los mejores conocimientos están en la población masculina, de 25 a 39 años de edad y con formación universitaria. Por su parte, la OCDE, en su Encuesta Internacional de

Alfabetización Financiera en Adultos, señaló que el 5 % de los consultados en el país aseguró no saber nada al respecto, mientras que el 31,1 % catalogó sus conocimientos como bajos, el 49,6 % como promedio, y el 14,4 % como altos.

Estas periodistas son conscientes de este panorama. Para María Camila González, la pípol son estudiantes universitarios de economía, relaciones internacionales y politólogos, pero también lo son tenderos y adultos mayores. Piensa mucho en sus tías, por ejemplo, y en que los contenidos que produzcan sean capaces de entenderlo.

"Una de las lecciones más relevantes que se puede extraer de las crisis recientes es el desconocimiento y desinformación de gran parte de la población sobre temas básicos en economía y finanzas, lo cual limita su capacidad para tomar decisiones responsables, conscientes y competentes", concluye el CAF.

Hernández cree que la economía no es un tema incomprensible para el colombiano de a pie, sino que cualquiera que se proponga estudiarlo (con cursos gratuitos en internet) puede adquirir bases importantes para su vida, pues una gran verdad es que este tema acompaña a todos en su cotidianidad. Economía para la pípol es pues una gran herramienta para aquellos que deseen, de una forma clara y divertida, mejorar sus conocimientos económicos.

Estas periodistas le enseñan a muchos que las mujeres no solo pueden hablar de economía, sino también enseñarla, pues hay quienes creen que esta cuenta de Twitter es administrada por hombres.

Si bien el analfabetismo financiero es un problema que debería despertar el interés de las autoridades de gobierno y educación en el país, también lo debería hacer en los colombianos de a pie, pues la tecnología ofrece muchas posibilidades, y sacrificar unos minutos de redes sociales para investigar qué es la inflación o qué determina la subida y bajada del precio del dólar es una inversión que redundará en un beneficio para la 'pípol'.