

Desde que homo sapiens se detuvo y conformo sociedades han existido la comunicación y el proceso económico conjuntamente, dado que para el desarrollo de economías desde las más primitivas, hasta las avanzadas de hoy en día con el sistema capitalista, siempre se ha requerido una manera de expresar las normas o términos que regirán estas transacciones, el desarrollo de la escritura y las matemáticas fueron un pilar fundamental para este logro, pero la necesidad de expresarse surge por y para diferentes aspectos de la vida humana, por lo que se puede decir que el factor económico es un subconjunto de la comunicación.

En la actualidad con el fenómeno de la globalización y el desarrollo de los nuevos medios de comunicación se ha venido incrementando una cultura mediática en la sociedades, debido esto en gran parte, a que existe una concentración de los capitales de producción en muy pocos sectores y entes económicos, estos ejercen un poder sobre los medios para generar información imparcial, que no cuenta con varias teorías y puntos de vista, ni cita estudios previos de los fenómenos que se estén informando. Todo esto con el objetivo de que los medios eleven contenido que cause polémica pero no emitan una información objetiva, para que las personas puedan entender y tomar una postura individual clara y oportuna.

Los economistas académicos han comenzado a preocuparse recientemente de los medios de comunicación y su relación con la economía. La razón principal es que resulta difícil comprender cabalmente el funcionamiento de un régimen político sin entender su relación con los medios de comunicación.

Un ejemplo claro de este fenómeno se pudo observar en 2015 con el escándalo de los vehículos Volkswagen, la empresa fue sancionada por contaminar el ambiente con sus carros, a los cuales les había instalado ilegalmente un software para alterar los resultados de los controles técnicos de emisiones contaminantes en 11 millones de automóviles con motor diésel, vendidos entre 2009 y 2015. Esta sanción suponía que la empresa no podría superar la crisis debido a la mala imagen que había generado en el mercado de automóviles a nivel mundial y por las sanciones económicas que tuvo que pagar a los estados unidos, pero a través del tiempo los resultados fueron muy diferentes, con una ayuda clara de los medios de comunicación impulsados por el país de Alemania, el cual ayudo a recuperar la imagen de uno de las industrias más fuertes y que representa la cultura germánica, esto no se hubiera podido lograr sin la ayuda de los medios de comunicación a través de la publicidad y marketing, es un claro ejemplo de como la comunicación trabaja con entes económicos para generar contenido en muchas ocasiones no éticos en cuanto a su profesión se refiere.

Por otro lado, la comunicación dentro de las empresas o entidades públicas se ha venido transformando a medida que los medios evolucionan, desde la capacitación del personal a través de aplicativos en línea sin necesidad de trasladarse, hasta la manera en cómo se comunican estas organizaciones con los usuarios o clientes, que puede ser por video

llamada o chat en redes sociales. Las organizaciones y el estado con ayuda de los medios tienen que adaptarse a esta nueva manera de comunicación y deben invertir recursos para que esta transformación sea exitosa y eficaz.

Esp. Luis carlos lasso arcos