

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

ESCUELA DE PERIODISMO

**PROPUESTA DE LA COBERTURA REALIZADA POR EL
MEDIO REGIONAL, EL SOL DE OCCIDENTE, ANTE LA
CRISIS VIVIDA EN COSTA RICA PROVOCADA POR EL
VIRUS COVID-19 EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO
2020.**

AUTOR: ARIANA VÁSQUEZ MORA

TUTOR: ÁLVARO VILLALOBOS SERRANO

SAN JOSÉ, COSTA RICA, MAYO 2021

Contenido

CAPÍTULO I: PROBLEMA	13
Planteamiento del Problema	13
Objetivos	15
Objetivo general.	15
Objetivos específicos.	15
Justificación	16
Antecedentes	18
Historia.	18
Antecedentes internacionales.	19
Antecedentes Nacionales.	22
Proyecciones	25
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL	26
Teoría de la comunicación.	26
Comunicación.	27
Comunicación colectiva.	29
Medios de comunicación.	30
Medios masivos.	32
Medios regionales.	33
<i>Periodista regional.</i>	34
Cobertura periodística.	35
Cobertura en época de crisis.	36
Propuesta de cobertura.	38
Tratamiento de la información.	40
Análisis del discurso.	42
Periodismo especializado.	44
Crisis.	45
Crisis sanitaria.	47
Virus.	48
Covid-19.	50
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	52
Enfoque de la Investigación	52
Método	53
Fuentes de Información	54
Muestra.	55

	10
Criterios de inclusión y exclusión.	56
Inclusión.	56
Exclusión.	56
Unidades de Análisis de la Investigación	57
Instrumentos de la Investigación	59
Análisis de contenido.	59
Grupo Focal.	60
Entrevista.	60
Proceso de recolección de datos.	61
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	64
Unidad de análisis I Categoría I: Cobertura en medios regionales	65
Unidad de análisis I Categoría II: Información sobre Covid-19	68
Unidad de análisis I Categoría III: El Sol de Occidente (plataformas)	71
Unidad de análisis II Categoría I: Información	73
Unidad de análisis II Categoría II: Contenido de las noticias.	77
Unidad de análisis II Categoría III: Zonas de cobertura	78
Unidad de análisis III Categoría I: Formato.	80
Unidad de análisis III Categoría II: Información de la cobertura.	82
Unidad de análisis IV Categoría I: Propuesta de cobertura.	86
Unidad de análisis IV Categoría II: Periodismo de soluciones.	88
Unidad de análisis IV Categoría III: Crisis Nacional.	90
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	92
Conclusiones	92
Recomendaciones.	94
CAPÍTULO VI: PROPUESTA	97
Descripción	97
Objetivos	98
Objetivo General:	98
Objetivos específicos:	98
Perspectiva teórica o glosario	98
Periodismo especializado.	99
Medios regionales.	99
Tratamiento de la información.	100
Crisis.	101
Manual de estilo.	101
Covid-19.	101
REFERENCIAS	117

APÉNDICE	124
Ilustraciones	124
Transcripciones	133
Entrevista Anyelin Campos.	133
Entrevista José Luis Mora.	135
Grupo focal de periodistas.	138
Grupo focal de consumidores.	144

Índice de tablas

Tabla 1 Unidades de Análisis	57
Tabla 2 Categorías y Subcategorías	64

CAPÍTULO I: PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Una crisis a nivel nacional debe considerarse un tema delicado para informar a la población, aún más si se trata de una crisis que también se vive a nivel mundial. Por esto, dicha información se debe tratar y verificar siempre minuciosamente, y con más cautela aún, ante la problemática que se vive desde inicios de año en todo el mundo. Esto se da por varias razones, una de las cuales es la posible influencia en comportamientos que puedan llegar a tener los ciudadanos debido al consumo de información falsa o bien, la manera en que se trata dicha información.

La psicóloga uruguaya Tania Pérez (2020), menciona al medio digital NETuruguay que mucho del pánico y miedo que se vivía, principalmente a inicios de la pandemia, se dio debido a la manera en que los medios reportaban la información a los ciudadanos.

La sobrecarga de información falsa y la acumulación de preocupaciones tienen nefastas consecuencias en el bienestar físico y psicológico y pueden acelerar la mente a una velocidad espeluznante. Hoy en día con la tecnología actual esto avanza a ritmo más rápido ya que las personas googlean y buscan información y el intercambio en plataformas de chat y redes sociales amplifican la situación generando el caos, llevándonos a pensamientos negativos, ansiosos, preocupantes, emocionales. Por lo que se aconseja ir a fuentes de información confiables. (párr.15)

Los medios de comunicación masivos poseen un gran acceso a la información en este tipo de situaciones, las cuales no se está acostumbrados a cubrir por tratarse de eventos poco comunes, al menos en esta zona geográfica. Sin embargo, medios de comunicación como los regionales o aquellos que vienen surgiendo, no poseen la suficiente presencia ante entidades gubernamentales, por lo que, en su mayoría, informan de la misma manera que lo hacen medios reconocidos, los cuales se sujetan a la línea de este y la manera en que siempre han informado al pueblo. Sin embargo, los medios regionales pueden ir más allá para generar un impacto positivo en la sociedad.

Como lo menciona Luna, V (2007a) en su investigación Medios regionales y agencias de publicidad: El planificador y su decisión al elegir un medio para pautar:

Por su proximidad con los habitantes de la zona ejerce un papel fiscalizador del trabajo de las autoridades regionales: municipalidades, organizaciones y asociaciones, así como funcionarios e instituciones públicas ubicadas en el área de cobertura. Por su función social, se deben, en gran medida a su audiencia; y jamás son creados sólo para canalizar publicidad estatal o de empresas privadas; sin que ello signifique que puedan sobrevivir sin anunciantes, pues esta fuente de financiamiento es requerida para funcionar como empresas independientes. (p. 46)

Este tipo de medio posee la ventaja de ser consumido por públicos más fieles, el abuelito siempre escucha la emisora del pueblo, o la tía orgullosa de ver a sus sobrinos en tele o leer lo que estos escriben, por lo que se espera que la información que consumen sea real y sobre todo que llame su atención, ya que suelen ser públicos más susceptibles para creer todo lo que los medios de comunicación brindan.

Lo que sucede con estos medios, en su gran mayoría, es que la información obtenida de la cobertura es la misma que las autoridades o entidades envían a los medios con mayor peso en el mundo de la comunicación nacional, además, una gran cantidad cuenta con horarios o ediciones a horas de la tarde o noche, por lo que consumen lo que temprano se evidenció a nivel nacional, dado es el caso de Tele Uno, un medio regional de San Ramón de Alajuela, cuyo noticiero, **Informativo Uno**, tiene su edición a las 8 de la noche, la cual se repite a medio día del día siguiente, observando información nacional que ya la población conoce.

Lo mismo ocurre con medios impresos como lo es el caso de La Nación o el mismo Sol de Occidente, la información que sale en ellos ya no hace competencia con la inmediatez de medios o plataformas digitales, creando una gran brecha en el tratamiento de la información en casos como el que se vive en la actualidad debido al nuevo virus, donde la población prefiere conectarse a la conferencia de prensa diaria, con datos nuevos a leer lo que ya sabían.

La buena cobertura en medios regionales, aun utilizando esa misma información brindada por las autoridades, como es el caso actual del Ministerio de Salud en las conferencias mencionadas, es aquella cobertura atractiva para el público que la consume, sin llegar a caer en el morbo que muchos prefieren, cayendo en el sensacionalismo. Esta cobertura podría inclusive generar tal impacto que posicionaría al medio en el ojo de todo el país, o hasta cruzar

fronteras, gracias a la ayuda de plataformas digitales, las cuales poseen todos los medios, o se han trasladado completamente a ellas, como fue el caso de La Prensa Libre, al ser el primer medio en Costa Rica que pasó de ser impreso a un medio 100% digital, y la manera en que se expone la información referente al tema.

En este caso, El Sol de Occidente, al igual que La Nación o la Extra, es un diario impreso, que en los últimos años inició su incursión en el mundo de las plataformas digitales, logrando posicionarse aún más en la zona de occidente y convirtiéndola en su principal plataforma por la inmediatez que desarrollan en esta. Por lo que se cuestiona, ¿es conveniente elaborar como propuesta un manual de estilo para la cobertura del medio regional El Sol de Occidente, que proporcione bases del periodismo de soluciones, a través del contenido brindado ante una crisis nacional como la provocada por el Covid-19?

Objetivos

Objetivo general.

1. Proponer una cobertura útil para el medio regional El Sol de Occidente ante crisis nacionales que ofrezca soluciones al costarricense en múltiples áreas de la sociedad.

Objetivos específicos.

1. Identificar la información brindada por El Sol de Occidente relacionada con la cobertura de la crisis por Covid-19 en Costa Rica.
2. Determinar si el contenido generado por el medio es útil para las comunidades de la zona de occidente que cubre el medio.
3. Establecer la importancia de un manual de estilo para el medio regional El Sol de Occidente.
4. Elaborar como propuesta un manual de estilo para el medio regional El Sol de Occidente.

Justificación

Los medios de comunicación regionales, a pesar de ser poco conocidos, en su mayoría, significan una gran fuente de información para las comunidades a las que llega su trabajo, aún más cuando se trata de medios regionales digitales, los cuales actualmente cuentan con mayor alcance que los medios físicos, gracias a la rapidez en que trabajan las plataformas digitales y la facilidad de acceso a la información.

Además de ello, estos canales de información pueden significar un elemento fundamental en la cobertura de eventos masivos, como es el caso una crisis a nivel mundial y por ende nacional, como la vivida por el Covid-19.

Así lo evidencia el diario digital Primera Plana del Colegio de Periodistas y Profesionales en Comunicación de Costa Rica, el cual destacó la labor esencial de los medios regionales en 2017 ante las afectaciones producidas por la tormenta Nate.

Canales de televisión y periódicos regionales se han dado hoy a la tarea de informar de manera profesional y responsable acerca de las afectaciones de la tormenta tropical Nate en Costa Rica en las provincias de Guanacaste, Puntarenas y Alajuela, así como diferentes sectores del Valle Central.

El uso de las tecnologías sociales de comunicación como el caso de las redes sociales Facebook, Twitter o YouTube han sido la tónica de esta cobertura innovadora, que involucra contenido multimedia y transmisiones en vivo de alta calidad, además de información precisa, bien fundamentada y veraz, cuya intención no solo es informar de las situaciones de actualidad sino brindar un apoyo a las personas afectadas. (párr. 1-2)

La cobertura que los medios de comunicación regionales hacen sobre temas y situaciones como esta, es difícilmente comparable con la que ejecutan medios con más recursos a nivel de estructura organizacional, sin embargo, una labor realizada de manera adecuada ayuda a llevar información útil a las comunidades del país y por qué no, brindar un mejor panorama de la situación en las zonas a las que llega su cobertura.

La zona de occidente, a la cual se dirige este medio, es una de las áreas del país donde se puede observar un crecimiento en la comunicación, en cuanto a medios nuevos que han surgido en los últimos años, en cantones como Naranjo, Grecia, San Ramón, Palmares y Sarchí. Principalmente, por esta razón es de gran importancia conocer la información que se da a

conocer al público que diariamente consume su contenido de manera digital o por periódico impreso, como lo es el caso de El Sol de Occidente. Por esta razón se busca conocer más a fondo la cobertura que se está realizando en torno a la crisis por Covid-19 en el país.

Esta cobertura, de la manera adecuada, podría facilitar el acceso a la información, no solo de manera rápida y sencilla, si no también útil al brindar herramientas a los ciudadanos de estas zonas, y podría significar, asimismo, una gran oportunidad para colocar un medio regional como El Sol de Occidente, en la mira de muchos costarricenses que se informan por los medios masivos tradicionales.

Además, así se aportaría al crecimiento y veracidad de medios locales, colocándolos en el radar del costarricense promedio, quien se desencanta por información útil, que brinda soluciones más allá de solamente leer una nota o ver un vídeo, como tal vez lo ha ido logrando La Voz de Guanacaste, medio que ya es de renombre entre profesionales de la comunicación y los costarricenses, sin llegar a perder la esencia del medio por el cual ha adquirido dicho renombre.

De esta manera se pueden generar estrategias para que los medios de esta índole se puedan ver beneficiados y lograr así, consolidarse y ganar el apoyo del costarricense que busca algo más que la información consumida de siempre en la mayoría de los medios consolidados del país, generando a la vez mayores empleos y contribuyendo al desempleo y reactivación económica post pandemia.

Según menciona la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, (2020)

La crisis provocada por la pandemia del COVID-19 puede tener un impacto a largo plazo en el acceso a la información y la libertad de prensa en todo el mundo.

En efecto, la crisis podría conducir a más restricciones y más peligro para los periodistas, e incluso, a la supresión del derecho de la prensa a impartir información y del derecho de las personas a buscar y recibir información. A pesar de lo anterior, este momento también ofrece una oportunidad para reconocer el periodismo como un elemento esencial de nuestras vidas y para fortalecer los medios de comunicación ahora y en los años venideros. (p. 16)

Así se demuestra el impacto no solamente del periodismo como tal, sino la relevancia social que podría llegar a desarrollar un medio regional mediante la información bien tratada,

de manera útil para unas cuantas comunidades, hasta gran parte del territorio costarricense. De igual manera la investigación al buscar crear una propuesta para la cobertura de la crisis a nivel nacional recolectaría información sobre esa cobertura útil, la cual brindaría soluciones o herramientas a la población que de una u otra manera se vean afectada por las crisis que azota al país, en este caso la pandemia por el virus covid-19.

La propuesta a generar, sobre la que se basa este trabajo, busca facilitar el quehacer investigativo al cubrir eventos como las crisis que se vive en Costa Rica, la cual brinda y es una herramienta no solo para la población, si no para los mismos periodistas, lo cuales generan ideas útiles los costarricenses, propuesta que podría llegar a desarrollar el crecimiento del medio, no solamente a nivel regional, si no que obtendría mayor posicionamiento a nivel nacional.

Antecedentes

Historia.

Con los avances tecnológicos y la educación que recibe la mayor parte de la población, los medios de comunicación han sufrido distintas variaciones, desde su nacimiento hasta la actualidad, tales cambios suceden día a día, juntamente con las transformaciones que ocurren en los seres humanos, consumidores y creadores del contenido que da vida a los medios de comunicación.

Rueda, J; Galán E y Rubio, A (2014), en su libro Historia de los medios de comunicación, responden a la exigencia de la importancia que ha tomado el tratamiento de información mediante los medios de comunicación, acompañando al lector por la historia que esto han tenido, su evolución, los diferentes medios que han existido como la radio, la televisión hasta la fotografía como fuente de información.

A su vez, la creación de nuevos medios, como lo son los medios regionales, cuenta con gran importancia, al funcionar en muchas ocasiones como corresponsales para medios masivos o agencias de comunicación, al tener un mejor panorama y mayor influencia en las poblaciones, o sectores del país donde su impacto es mayor.

Luna, V (2007b) en su investigación Medios regionales y agencias de publicidad: El planificador y su decisión al elegir un medio para pautar, de enfoque mixto, menciona lo siguiente:

Tiene un papel preponderante en informar, con mayor amplitud o en forma exclusiva y participación ciudadana, de temas y personas que los medios nacionales, por lo general, no toman en cuenta. Por su proximidad con los habitantes de la zona ejerce un papel fiscalizador del trabajo de las autoridades regionales: municipalidades, organizaciones y asociaciones, así como funcionarios e instituciones públicas ubicadas en el área de cobertura. (p.46)

En eventos de crisis como la que se vive a nivel mundial y en Costa Rica, los medios de comunicación regionales facilitan la comunicación específica de la zona hacia el resto del país, funcionando como intermediarios, para que la población costarricense pueda estar al tanto de lo que sucede en esa parte del territorio nacional.

Antecedentes internacionales.

A nivel internacional el tema de la cobertura periodística de crisis sanitaria en distintos países se puede ver con mayor evidencia mediante la cantidad de opciones o ejemplos para lograr generar una cobertura que se adapte a la realidad de Costa Rica.

Como primer antecedente internacional el autor Mayo, M. (2017) en la investigación de su tesis para optar por el grado de doctorado La especialización periodística como herramienta estratégica en la comunicación de catástrofes, de enfoque mixto, concluye:

El 82,5% de los directores considera que la cobertura de catástrofes, crisis y emergencias es un área de especialización periodística con unas características particulares y un relato informativo propio. A pesar de ese reconocimiento, ningún medio de los analizados cuenta con una sección específica en este ámbito [...] Los datos sugieren que en esa cobertura mediática se emplean todos los recursos disponibles en la redacción, pero de forma discontinua y sin un protocolo previo establecido, es decir, únicamente se siguen las directrices básicas marcadas por el Libro de Estilo de cada medio. (p.233)

Un medio regional, como el Sol de Occidente, al aspirar a una sección específica para estos eventos, como la menciona Mayo, M. (2017), aspira a mantener su identidad como un medio regional, sin embargo, se observa la importancia de que se genere, al menos, la base para poder realizar una cobertura más adecuada hacia eventualidades de este tipo semejantes a la actual pandemia por el Covid-19, la especialización no del periodista en este caso por falta de ingresos, pero sí de la información que se vaya a tratar.

Ante esto, Sha'lan, A. (2016) en la investigación de su tesis titulada: La agenda de los medios en los escenarios de cambio político y cultural, para el grado de doctorado y de enfoque mixto refiere:

Los medios de comunicación en tiempos de crisis se han transformado en aparatos que trabajan para las entidades que los financian y ya constituyen un bando básico en los conflictos en curso. Así pues, mientras que los medios informativos antes eran instituciones para transmitir las informaciones y noticias, pero ahora se ha tornado en un actor político influyente en las crisis, capaces de producir cambios en la estructura de las sociedades en lo político, cultural y económico, mediante la adopción de agendas de la entidad (estado) al cual pertenece el medio de comunicación en cuestión. (p.314)

Al crearse un conflicto o una crisis, el medio de comunicación, a pesar de su línea editorial, deben mantenerse informando de manera objetiva el desarrollo de esta, de igual manera sucede con los medios regionales.

Una crisis como la que provocó la pandemia del Covid-19 en Costa Rica, y con la situación que vivió por varias semanas el cantón de San Ramón de la Provincia de Alajuela, como segundo cantón con mayor cantidad de casos activos, y donde se encuentran las oficinas del medio que se encuentra como objeto de estudio, podría poner en el mapa a este medio dependiendo de la cobertura que realice, sin necesariamente dar una opinión tan clara sobre la línea editorial del medio, respecto a la pandemia, o las restricciones establecidas por el gobierno, pudiéndose convertir también en un referente local hacia medios masivos o agencias de noticias sobre la situación de la región, como menciona Sha'lan:

El primero: al principio de los acontecimientos el canal no podía hacer cobertura sobre el terreno a causa de su prohibición por las autoridades sirias, aunque luego se apoyó en una red de corresponsales locales vinculados a los comités de coordinación de la oposición siria dentro del país. (p.274).

Asimismo, la investigadora Segura, M. (2020) en el artículo científico Con alerta pero sin pánico: El rol de los medios durante la pandemia, de la revista de la Facultad de ciencias Médicas de Córdoba, comenta lo siguiente:

La provisión de información basada en hechos, precisa, rigurosa y debidamente chequeada -recomendación usual para el periodismo serio, pero que adquiere especial relevancia por tratarse de información sensible- y presentada con lenguaje sencillo

para hacerla accesible a las mayorías ⁽¹¹⁾ aporta en sentido similar. Recurrir a fuentes especializadas que estén apropiadamente identificadas con sus datos profesionales y matrícula ⁽¹¹⁾ y a fuentes oficiales del gobierno nacional y la OMS, si bien va en contra el criterio del periodismo independiente en situaciones “normales”, las y los expertos en comunicación de riesgo dicen que en estos casos es fundamental que la información esté centralizada en estas fuentes oficiales. (p.57).

Esto es importante al relacionarlo con esta investigación, debido a la poca cercanía que muchas veces las autoridades o fuentes oficiales, a nivel nacional, brindan a medios pequeños o regionales como es el caso de El Sol de Occidente. Sin embargo, ante la actual pandemia y dadas las alternativas virtuales que optan la mayoría como las conferencias diarias del Ministerio de Salud, el acceso a estas fuentes, para una mejor cobertura de la crisis se ve facilitado, lo cual va de la mano a las preguntas o interrogantes que tenga el periodista o el medio y la manera en que esa información recolectada se publicará en este.

Pero, no solamente se trata del medio como tal, sino también de la razón por la cual se está en pandemia o crisis a nivel mundial, el nuevo virus Covid-19 y la relación que se tiene con la comunicación, tal y como explica Ramos, C. (2020) en el artículo científico Covid-19: La nueva enfermedad causada por un coronavirus:

De acuerdo con el Reglamento Sanitario Internacional, los países están jurídicamente obligados a informar a la OMS sobre la detección de casos importados o autóctonos de la nueva patología. La OMS hizo una advertencia a todos los países para no estigmatizar o discriminar los casos detectados de la enfermedad. (p.227)

Como anteriormente se comentaba, este fenómeno se evidencia actualmente en Costa Rica, por lo que el gobierno de este país es uno de los más de 200 que se encuentra realizando reportes a la Organización Mundial de la Salud [OMS], los cuales la misma ciudadanía está conociendo por medio de las conferencias de prensa que día con día realiza el Ministerio de Salud.

Es por esto, que los medios como el mencionado en la investigación, deben crear estrategias que ayuden a realizar una cobertura responsable, adecuada y atractiva, propuesta que se espera desarrollar e implementar en medios digitales mayormente.

Además, al ser un evento que se cubre periodísticamente muy poco, en la parte occidental del planeta donde habitamos, más precisamente el continente americano,

investigaciones como la de Ibáñez, Á. (2019) La Administración y la cobertura informativa en situaciones extraordinarias relacionadas con la salud, revela cómo la crisis del virus del Ébola de enfoque cualitativo se debe a lo siguiente:

Las noticias en la prensa. Debido a la carencia de noticias sobre la evolución del asunto en los distintos portales de internet de la Administración, los medios de comunicación difundieron cualquier dato relacionado con el tema alcanzando un número difícil de determinar [...] El gran aumento de noticias fue resultado de la contaminación de la auxiliar de enfermería y la inadecuada gestión de la Información Pública entre los días seis y diez de octubre por parte de la titular del Ministerio de Sanidad, lo que provocó la aparición del gran número de fuentes de información descrito. Esta vulnerabilidad se subsanó drásticamente el día diez de octubre, momento en que la gestión de la Información Pública quedó a cargo del Ministerio de la Presidencia a través del “Comité Especial para la gestión del Ébola. (p.75)

En Costa Rica, como se mencionaba anteriormente, el gobierno como el ente encargado de informar a la población de la situación, han sido claros y estratégicos en dar la información de manera veraz, logrando que los medios de comunicación también cumplan con su trabajo, a tal grado que hasta en medios regionales se pueda evidenciar el acceso a la información correcta sobre la crisis provocada por la pandemia en el país, aún si su presentación es muy similar a la que se obtiene en medios masivos o en la entidad como tal.

Antecedentes Nacionales.

En el ámbito nacional, la cobertura de crisis nacionales, en años anteriores, y en la actualidad con el covid-19 puede resultar poco investigada, sin embargo, se encuentran investigaciones que pueden aclarar un poco el contexto, no preciso, pero sí uno muy similar para la elaboración de la investigación.

Mena, A (2016), en su investigación titulada, TIC y medios de comunicación, de enfoque mixto, menciona:

De este modo, es posible sugerir que también en Costa Rica el acceso a las tecnologías digitales ha contribuido a la formación de los consumidores que, desvinculados del monopolio que los periódicos y los noticieros televisivos mantuvieron por varias décadas sobre las agendas informativas, han consolidado las herramientas de pensamiento crítico necesarias para reconocer y denunciar el tratamiento incorrecto o

parcializado de las informaciones, independientemente de que éstas se presenten a través de medios tradicionales o digitales. (pp.364-365)

Ante esto, se puede relacionar un medio regional, como El Sol de Occidente, objeto de estudio de esta investigación a esa desvinculación del monopolio desde hace muchos años, y lo convierte en un medio sobre el cual los mismos consumidores se vuelven una parte fundamental con sus críticas, llevándolo a desarrollar un buen manejo de plataformas digitales para realizar una cobertura eficaz y llamativa para los interesados, porque, además, no todos los medios con plataformas digitales poseen el mismo acierto en la población, a pesar de considerarse las principales vías de acceso que utilizan los consumidores al ingresar a contenidos noticiosos o informativos.

Además, al ser un medio regional el objeto de investigación se encuentra en manos de la ciudadanía, como se indica en la investigación elaborada por Ureña L, (2013) titulado Periodismo comunitario en Costa Rica: la información en manos de la ciudadanía, de enfoque cualitativo:

Costa Rica experimentará la transformación de la televisión en el 2017. Ese año se producirá el apagón analógico que traerá consigo el inicio de la televisión digital, tal hecho implica que los 74 canales de televisión del país (algunos regionales y subregionales) estarán obligados a explotar las seis frecuencias que se les otorgará en concesión. [...] Eso irremediamente generará la necesidad de producir más contenidos. Es temprano para asegurar que el periodismo comunitario administrado por ciudadanos comunes encuentre su espacio allí; sin embargo, es una posibilidad que no debe descartarse a priori. Sea mediante la vía hasta ahora empleada, por medio de las oportunidades que ofrecerá la digitalización de la televisión nacional o a través de nuevas vías, el periodismo comunitario debería crecer y fortalecerse para vitalizar con ello la voz del ciudadano. (p.21)

Esto es importante para la presente investigación, ya que, el artículo ejemplifica un poco más la labor realizada por medios regionales o comunitarios, como los llama la autora, los cuales trabajan con el pueblo, con ciudadanos que conocen el acontecer de la comunidad y por ende la información publicada que va a afectar el comportamiento de la población. Ante una crisis a nivel nacional, el trabajo realizado por un medio regional se puede ver distinto al realizado por el medio de comunicación masivo que informa a todo un país, con un lenguaje más generalizado.

De igual manera, según Arce, S. (2012) en su investigación de enfoque cualitativo, Medios de comunicación de masa en Costa Rica: Entre la digitalización, la convergencia y el auge de los “New Media”, los medios de comunicación impresos, como lo son los periódicos, se consideran los “pioneros en la digitalización” en el país, esto hablando de periódicos a nivel nacional como lo son La Nación o La prensa libre, por supuesto, acompañados de elementos gráficos como las fotografías para contextualizar.

De ser así, el medio en cuestión entra en esta categoría de “pioneros en la digitalización”, ya que, sus inicios se dieron como un medio impreso, el cual aún se mantiene en circulación. Un pionero se define según la Real Academia Española [RAE] como un “Grupo de organismos animales o vegetales que inicia la colonización de un nuevo territorio.” (Real Academia Española). Para efectos de esta investigación entiéndase colonización como el crecimiento del medio El Sol de Occidente para conseguir posicionarse en las nuevas plataformas y generar impacto en la sociedad, haciendo el uso adecuado de la digitalización de su medio y ganando así su lugar a nivel nacional.

En Costa Rica, como al igual que en muchas partes del mundo, la digitalización llegó para cambiar la comunicación como se conocía, es por esta razón que el internet es una de las principales fuentes de información hoy en día, presentando grandes cantidades de fuentes confiables en un dispositivo con acceso a este, las noticias, reportajes, vídeos, los medios de comunicación en general se transformaron, y medios como el periódico cada vez se consumen menos.

González, S. I. (2019). en su trabajo titulado La circulación de noticias en internet: Miradas cruzadas al caso de Costa Rica, describe cómo los medios tradicionales en Costa Rica se han hecho a un lado por diversos factores, entre los cuales se encuentran algunos casos de plagio conocidos:

La confianza en medios de comunicación como el periódico se ha visto socavada por un desapego de mayor amplitud por instituciones tradicionales. En el caso de los medios de comunicación, su participación en escándalos de plagio y sus disputas legales y políticas han ido desmitificando su autoproclamada condición de neutralidad. En ese contexto particular donde convergen nuevas configuraciones económicas, tecnológicas y sociales, el consumo de noticias en Internet ha gozado de relativo auge. En Costa Rica, según el estudio anual realizado por UNIMER para El Financiero, un 40% de la población consultada reportó el consumo de noticias como una de las cuatro principales

actividades que realiza en Facebook (El Financiero, 2015). Este porcentaje aumenta todos los años. (p.11)

Como se puede observar anteriormente, el papel de los medios digitales cada vez es más importante, los medios tradicionales poseen más dificultades para su desarrollo que los primero mencionados, así como el apoyo de los consumidores, quienes eligen informarse de manera correcta, prefiriendo calidad sobre cantidad de información, ya que, si a esta se le da el tratamiento adecuado, no existen tantos problemas de confianza hacia el medio.

Proyecciones

Las proyecciones son una parte fundamental en la investigación, debido a que son las principales metas que el investigador se propone alcanzar con respecto al tema escogido, las cuales se plantean relacionadas con los objetivos específicos mencionados anteriormente.

Para efectos de esta investigación, las metas a lograr son las siguientes:

1. La creación de una propuesta de cobertura basada en periodismo de soluciones para el medio de comunicación regional El Sol de Occidente ante múltiples crisis nacionales.
2. Un análisis de la información referente a la cobertura del Covid-19 por parte del medio.
3. Determinar la conveniencia de la información analizada para la población de la zona de occidente de Costa Rica.
4. Plantear un adecuado tratamiento de la información para la propuesta de cobertura.

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

Para desarrollar la teoría en el presente capítulo, se tomarán en cuenta a distintos autores que han logrado definir conceptos relacionados al objeto de estudio de esta investigación. En la parte de la comunicación al aclarar el panorama para la creación de la propuesta de cobertura ante futuras crisis, así como aspectos del área de salud que son cruciales para lograr generar la investigación esperada y de esta forma dar cuerpo a lo que más adelante será la propuesta como tal.

Asimismo, y según Hernández, Fernández y Baptista (2014) “el desarrollo de la perspectiva teórica es un proceso y un producto. Un proceso de inmersión en el conocimiento existente y disponible que puede estar vinculado con el planteamiento del problema” (p.60). Tomando esto en cuenta, se va a desarrollar a continuación la teoría que se determine necesaria y pertinente para obtener el resultado final.

Teoría de la comunicación.

Desde el instante en que una teoría surge, en este caso de comunicación, funciona como una de las principales fuentes de consulta de estudiantes, profesores, y teórico en el área de investigación de la comunicación. Con el paso de los años la comunicación ha evolucionado, es por esa razón que han llegado a existir distintas ediciones de la teoría sobre esta, además de varias teorías enfocadas en esta área, ya que la comunicación es un proceso complejo, y ambiguo, por lo que no se puede encasillar todo en un solo apartado.

La teoría de la comunicación como tal, debería ocuparse de generar una descripción y analizar cuán compleja es la misma comunicación como tal y las distintas ciencias de la comunicación, en plural, debido al conjunto de diversos procesos que se encuentran dentro de la comunicación, como por ejemplo, cómo el silencio o una supuesta falta de comunicación, están comunicando un mensaje.

Asimismo como se desarrollan diversas ciencias dentro del área de la comunicación, también se contabilizan varias teorías, las cuales se centran en la realidad de la comunicación, y las cuales buscan ordenar, de una manera sistemática los hallazgos realizados dentro de la comunicación. Así lo explica Algarra, M., (2008):

La propuesta de Katz y otros aplica el criterio geográfico para determinar las diversas escuelas teóricas. Éstas con frecuencia se han formado y adquirido fuerza en algunas universidades en las que se han dado condiciones adecuadas para el estudio de la comunicación con un cariz peculiar. [...] Rogers, en su clásica historia del campo de la comunicación, utiliza un criterio histórico-biográfico para estudiar el desarrollo de la investigación en comunicación. El propósito de la obra es descriptivo e historiográfico y muy centrado en los Estados [sic] Unidos por lo que no se detiene demasiado en los criterios de sistematización de las teorías. [...] Sociología de la comunicación de masas de Miquel de Moragas es un clásico de la bibliografía sobre comunicación en español. Parte de la convicción del carácter eminentemente sociológico de la comunicación. El trabajo, que tiene una clara pretensión de totalidad, consiste en una importante labor de recopilación y sistematización de las aportaciones realizadas en el campo de la comunicación. (Pp.154-155)

Como las mencionadas por Algarra, gran cantidad de teóricos se han centrado en estudiar la comunicación, y hay quienes inclusive plantean que la teoría de la comunicación es la teoría de la información, o que tiene su origen en el vínculo que posee esta con la cibernética, planteado en el trabajo de Algarra. De igual manera, al hablar de comunicación, y al mencionar cuánto ha avanzado esta, no se puede dejar de lado la realidad de quienes se comunican entre sí, debido a que no todos los seres humanos se comunican de igual manera, por lo tanto, prescindir de estos hechos no sería adecuado.

Lograr un amplio entendimiento de la comunicación es el objetivo de las distintas teorías de comunicación. Por esta razón Algarra describe el estudio de estas teorías como secundario, pero esto no quita la importancia que este estudio tiene al investigar sobre la comunicación.

Comunicación.

Los seres vivos viven de la comunicación, aún más los seres humanos, quienes desarrollaron un complejo sistema de comunicación, en el cual absolutamente todo comunica, hasta los silencios.

Guzmán (2012) define la comunicación como un proceso por medio del cual se transmite información, se transmiten sentimientos, pensamientos, y todo lo que pueda llegar a ser compartido de alguna manera u otra. (p.9). De igual manera, explica por qué razón cataloga la información como un proceso, como el hecho de necesitar de lapsos para desarrollarse. Según Guzmán (2012):

Se dice que la comunicación es un proceso, ya que, se realiza en un lapso de tiempo; y se necesitan varios elementos y tiempo suficiente para que se realice. La comunicación es un fenómeno que se origina, de forma natural, en cualquier organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño. La comunicación es el proceso social más importante, sin este proceso, el hombre se encontraría aún en el primer eslabón de su desarrollo y no existiría la sociedad ni la cultura. (p.9)

Sin embargo, el cómo se transmite ese mensaje que queremos dar para poder comunicarnos ha cambiado y evolucionado con los años. Lo hace constantemente, y el año 2020 no fue la excepción a esa regla, menos aún mientras se vive una pandemia por una nueva enfermedad. Por esta razón, herramientas como la tecnología con sus aparatos electrónicos e inalámbricos, el internet y las plataformas digitales, tales como las redes sociales, han convertido ese proceso de comunicarse en un proceso mucho más sencillo, conectando a miles de seres humanos al mismo tiempo.

Al pensar en comunicación, de inmediato se piensa en tecnología, tecnología que evoluciona año con año, conectando cada vez a más seres humanos entre sí, aunque no se encuentren siquiera en el mismo continente. Algunas de estas tecnologías son desarrolladas específicamente para la comunicación, como las denominadas TIC, tecnologías de la información y comunicación anteriormente llamadas Nuevas Tecnologías, NNTT, de las cuales Grande, M., Cañon, R., Cantón, I. (2016) menciona que su terminología es un tanto ambigua, por constantes críticas adquiridas a lo largo de los años.

Por esta razón, recopilaron una serie de definiciones de distintos autores, la mayoría inclusive del siglo XX, siendo la más actual la mencionada por Grande, M., *et al.* (2016) citando a Roblizo, Cózar (2015), “Fenómeno revolucionario, impactante y cambiante, que abarca tanto lo técnico como lo social y que impregna todas las actividades humanas, laborales, formativas, académicas, de ocio y consumo.” (párr. 23)

De esta manera se confirma la utilidad que siempre ha pertenecido a la comunicación, y en épocas donde se vive una pandemia y las diferentes familias o burbujas sociales deben estar separadas unas de otras para protegerse, aún más importante es el poder comunicarse y contar con las herramientas adecuadas para poder hacerlo de la manera más normal posible a pesar de las circunstancias, dando paso así a la comunicación digital.

El entorno interactivo y participativo que posee este fenómeno es la principal tendencia de comunicación en la era del distanciamiento físico, tendencia que posee sus bases en la TIC's, como mencionan Grande, M., *et al* (2016). Asimismo, si la comunicación está en constante cambio, surgen nuevas maneras en las que la comunicación se puede aplicar con naturalidad en la vida cotidiana de las personas, como hasta ahora ha sucedido, facilitando su uso cada vez más.

Comunicación colectiva.

Entendiendo mejor el significado de comunicación, se puede adentrar más en esta ciencia, desarrollando la importancia en un área, la comunicación de masas o comunicación colectiva. Dicha área es conocida por llegar a gran cantidad de oyentes, espectadores, lectores, público en general, de una manera más veraz y eficiente, logrando que se facilite la transmisión de mensajes o códigos, por lo que su transmisión al público debería ser considerada como la mejor.

Según Ayala (2015) la comunicación es la base, el cimiento de la cultura, esto dentro del área social, cultura la cual caracteriza a una comunidad específica, además de considerarla como “la principal herramienta para que se relacione la sociedad y el mundo entero, que incluso puede llegar a cambiar una estructura social” (p.21).

Conocer la importancia de la comunicación es el primer paso para lograr entender la responsabilidad que la comunicación colectiva trae consigo. Como profesionales se adquiere la responsabilidad de dirigirse de manera clara, concisa y lo más objetiva posible a un público. Ante esto Martínez (2012), destaca el papel primordial que posee el ser claros, siendo el primer requisito con que debe cumplir un texto o nota realizada por periodistas profesionales, aún más si su área de trabajo es la comunicación colectiva, claridad la cual se evidencia en los trabajos realizados por ellos al ser consumidos por el público.

La claridad en la expresión es un factor clave para el entendimiento del mensaje; significa expresión al alcance de todos, conceptos precisos, sintaxis correcta y vocabulario amplio y comprensible. Un estilo es claro cuando el pensamiento del que escribe penetra sin esfuerzo en la mente del receptor (p.8).

Para Fresno, M. (2012) los medios de comunicación colectiva se encuentran en constante competencia con los medios sociales, como lo son los denominados por él mismo como micromedios.

Los *social media* han entrado en una cohabitación competitiva con los *mass media* en inmediatez, cobertura, alcance, notoriedad y relevancia gracias a la circularidad, negociabilidad y apertura de las prácticas comunicativas. Los micromedios gracias a los *social media* son capaces de crear, modificar, compartir y discutir todo tipo de informaciones, al mismo tiempo que pueden ofrecer informaciones en directo, primicia o redundantes, dando lugar a una narración informativa colectiva no sujeta a una agenda de intereses unilaterales, que da lugar a información tan relevante y/o trivial y con los mismos problemas de veracidad de los *mass media*. En síntesis, si los *mass media* son un comunicador profesional, los *social media* se presentan como un comunicador interpersonal colectivo. (p.101)

Por esta razón se sobreentiende el cambio que representan las ya mencionadas TIC's, no solo para la comunicación como tal, sino también para los medios de comunicación colectiva, quienes se ven sujetos a los cambios innovadores que recientemente surgen, dando voz, de manera gradual, a medios pequeños o medios regionales.

Medios de comunicación.

Los medios de comunicación son herramientas que facilitan el proceso y el acceso a la información. Por lo general al mencionar un medio de comunicación, se piensa en medios con renombre, ya sean a nivel internacional como ESPN, CNN, BBC, o se puede tratar de medios cuyo nombre resalta a nivel nacional, ya sean escritos, televisivos o radiofónicos.

Teletica, La Nación o Radio Columbia, son algunos medios que el costarricense reconoce con mayor facilidad, siendo algunos de los más consumidos por esta razón, no obstante, existen otros tipos de medios de comunicación, que no parecen serlo, sin embargo, lo son, como el teléfono o la computadora, los cuales se consideran medios de comunicación

interpersonales, o los medios regionales, que son aquellos medios cuya población meta son pequeñas zonas de un territorio nacional.

Thompson, J. (1998), en su libro *Los Media y la modernidad*, una teoría de los medios de comunicación, argumenta sobre la influencia que poseen los medios de comunicación en la sociedad, asimismo, sobre el desarrollo e innovación que estos han tenido, generando nuevas maneras que llegar a los consumidores interactuando con ellos de maneras que antes no se consideraban viables para el crecimiento de estos, afectando las maneras tradicionales en que se consumía información a nivel global.

Un claro ejemplo a nivel costarricense son los pioneros de la digitalización, medios como *La Prensa Libre*, medio el cual se fundó de manera escrita, y se convirtió en uno de los primeros medios 100% digitales a nivel nacional, generando un mejor acceso al trabajo que este realiza, al estar más cerca de los ciudadanos.

Actualmente, los medios de comunicación que surgen, no todos lo hacen con el propósito de difundirse a grandes masas de consumidores, sino que se trata de una masificación progresiva, según lo expresa Aguado, J. M (2020), en su libro *Introducción a las teorías de la información y la comunicación*.

En el caso de la prensa, su naturaleza originariamente no masiva, sino más bien elitista, responde fundamentalmente a dos caracteres:

- **Su naturaleza esencialmente informativa:** Es interesante, pues, constatar, que, es precisamente en aquellos medios característicamente informativos en los que podemos encontrar un origen no masivo, es decir, en cierto modo ajeno a la cultura de masas. La importancia originaria de la prensa como medio, reside así, originariamente en su capacidad de proporcionar información a individuos-ciudadanos que participan racional, consciente y responsablemente de la vida pública de su entorno. [...]Ibid

- **Su vinculación con la cultura ilustrada:** La prensa recibe su carta de identidad de aquella misma cultura ilustrada que había situado al individuo racional en el corazón de la estructura y el funcionamiento de la sociedad. Es una sociedad formada por individuos racionales, que toman decisiones autónomas y responsables, la que convierte la información en un elemento valioso de la vida social. Ese rasgo cultural otorga a la

prensa un cierto carácter elitista que se mantiene aún [sic] en el contexto de la cultura de masas. (p.236).

De esta manera se evidencia cómo surgen cada vez más y más medios de comunicación, cuya labor es informar, ya sea a nivel nacional, llegando a todas las diversas poblaciones del país, o a niveles regionales, especializándose en tratar la información de una manera más social.

Medios masivos.

Los medios de comunicación de masas son aquellos definidos como aquellos medios que se transmiten de manera simultánea a una audiencia numerosa. Coloquialmente se conocen como medios nacionales, ya que, por lo general, los medios masivos que se consumen en un país son medios de renombre a nivel nacional, sin embargo, no se pueden olvidar aquellos que transmiten de manera internacional, y que gracias a las Tecnologías de la Comunicación (TIC's) se ha facilitado el acceso a estos desde cualquier parte del mundo donde haya conexión a internet.

Aguado, J. M (2020), menciona la razón del surgimiento de los medios de comunicación, evento el cual tuvo lugar debido a la aparición de nuevas maneras de expresión a finales del siglo XIX:

El desarrollo de las nuevas formas de vida urbana y la aparición de la masa a finales del siglo XIX introduce importantes cambios en esta dinámica cultural. Paralelamente la aparición de nuevos medios de expresión, como la fotografía, el cine, la prensa, la radio o la TV da lugar a un nuevo ámbito cultural que se caracterizaba por la amplitud de su público y por la aparición de nuevos géneros, soportes, temas y lenguajes estéticos.

Con la industrialización de las formas de expresión a través de las tecnologías de la comunicación y las tecnologías de la expresión artística, la forma de la cultura en el paso del siglo XIX al XX se transforma radicalmente. La obra de arte deja de ser algo singular, irreplicable, y pasa a adquirir un valor económico.

En función de la 'reproducibilidad' y del valor económico de sus productos en las nuevas condiciones del mercado, tanto la cultura de élite como la cultura popular resultan por primera vez accesibles a un público masivo. (Pp.226-227).

Se podría llegar a la conclusión en la cual los medios de comunicación de masas surgen gracias a la transformación en la cultura de élite que se daba entre el siglo XIX y el siglo XX. Además, estos medios constaban con el propósito de ser productores y difusores de información, la cual debía llegar a la mayor cantidad posible de personas, para así poder dar a conocer los acontecimientos de gran relevancia para las poblaciones.

Medios regionales.

A diferencia de los medios de comunicación masivos, los medios regionales son aquellos cuyo objetivo suele ser, en su mayoría, más social, de ayuda informativa a la región en la cual se estableció, debido a su delimitación geográfica y distintas identidades culturales.

Actualmente los medios regionales han tomado gran fuerza debido al apoyo de las comunidades hacia las cuales está dirigido y de las tecnologías que facilitan la labor periodística desde distintas regiones alrededor del mundo entero, en Francia por ejemplo, según Fontcuberta (2012) resulta curiosa la prensa regional francesa debido a que Francia es un país que evidencia ser centralista, más la prensa en este escenario se convierte en un compensatorio del centralismo que se vive. (p.46)

Para el año 2012 en Europa, y según un estudio de Sofres, mencionado por Fontcuberta (2012) revela que un gran porcentaje de la población francesa confirma por un medio regional las noticias que se escuchan a nivel nacional en la radio, dejando en claro aún más el creciente impacto que estos medios, relativamente nuevos, poseen en la población, la cual busca maneras alternativas y confiables de confirmar los distintos acontecimientos que le conciernen.

Asimismo, los medios regionales, al ser parte del pueblo, de compartir una identidad con sus consumidores, posee la capacidad de generar debate en el pueblo, convertirse en un mediador entre el pueblo y entidades superiores a este que busquen perjudicarlos, por lo que el desarrollar ese instinto de debate ante temas diversos, crea un despertar en la población, dando mayor credibilidad a medio. Leal, F. Negrón, M. (2017) exponen la selección de medios capaces de generar este debate, llegando a citar a Fontcuberta (1997).

La selección de medios regionales se basa en la proximidad que presentan con las comunidades locales, ya que tienen la clara capacidad de captar las singularidades y todo aquel discurso social que resulta ser propio. En este sentido, para los diarios y

medios de comunicación regionales no sólo es importante considerar el ámbito geográfico (sea de cobertura y circulación), sino también aspectos relativos a la identidad cultural de las comunidades en que se encuentran inmersos, contribuyendo “al mayor conocimiento de los rasgos distintivos de una comunidad determinada sin, necesariamente, caer en estereotipos” (Fontcuberta 1997: 50). (p.32)

Nuevamente se evidencia la identidad cultural que estos medios poseen, lo cual los hace especiales, por el impacto, tanto positivo como negativo que estos puedan generar en la población debido a su cercanía, por ende, con un mal tratamiento de la información podrían poner en peligro su veracidad.

Sin embargo, y según López, X. (2000), debido a los constantes cambios que vive la comunicación como tal y los medios de comunicación, unidos a los avances tecnológicos, lo global va a quedar a la sombra de lo local o regional en este caso (p.107). Ante esto la responsabilidad de estos medios incrementa aún más, dejando en manos de la población el futuro del consumo de información.

Periodista regional.

Una de las principales características que posee el periodismo regional es que sus especialistas, en este caso los periodistas, son personas que viven en la región a la cual va destinada su trabajo o por lo menos viven en el área y conocen las debilidades y fortalezas, las oportunidades que poseen el lugar así como el conocer al pueblo, o al menos una serie de características que une a la población de la zona. Por esta razón, el periodista regional es la clave para desarrollar un adecuado tratamiento dentro del medio e ir más allá de solamente informar, menos aún brindar la misma información que se puede conseguir a nivel nacional.

Mellado. C, Parra. E, (2008), en su trabajo titulado Indicadores de identidad y perfil del periodista regional en Chile, describen un perfil sociodemográfico y laboral que se espera encontrar en un periodista cuyo trabajo sea el de informar desde un medio de comunicación regional, y que mediante estas características se contribuya en la influencia de la mediatización social en las regiones donde se encuentren laborando estos profesionales de la comunicación.

Aunque su primer empleo fue como reportero e ingresó a la carrera siguiendo en su mayoría tendencias literarias, hoy trabaja en producción de contenido institucional (10), especialmente en los sectores Estado y educación y empresa privada. Ejerce su rol

dentro de la Unidad de Comunicaciones de una institución, haciendo relaciones públicas y/o como director de Comunicación. [...]Si bien la mitad de estos profesionales permanecen solteros, la mayoría de ellos consideran que tener hijos no influye negativamente en su carrera profesional y aseguran mantener una buena relación con sus parejas. No obstante, concuerdan en que no tienen tiempo para dedicar a su familia. (Párr.23-26)

Mellado y Parra centran su trabajo en el área sur de Chile, y mencionan características como las detalladas, sin embargo, comparándolo con el contexto regional de Costa Rica, muchas de estas características coinciden, ya que, inclusive en muchas ocasiones los medios regionales son fundados por personas con estas características, y dadas las escasas oportunidades laborales, muchos de los profesionales que trabajan en medios de comunicación regionales, son periodistas que recién terminan sus estudios y prefieren optar por un lugar más seguro para trabajar que uno con mayor renombre nacional.

El periodista regional, al estar representado en gran cantidad por profesionales jóvenes, comúnmente se encuentran ante aspectos un poco ambiguos, sin embargo, se puede notar en el trabajo que muchos de ellos buscan ir más allá, innovando y manteniendo la preferencia del ciudadano de la zona al presentarles contenido donde pueden confiar que consumen material con el tratamiento adecuado.

Cobertura periodística.

Los medios de comunicación catalogan el trabajo que realizan sus periodistas, sobre los temas a tratar, como cobertura, una cobertura periodística de acontecimientos que surgen día a día, alrededor del mundo y las distintas comunidades. Pero, para poder explicar más ampliamente en qué consiste una cobertura periodística, se definirá el concepto de cobertura para poder entender un poco mejor por qué se le llama de esta manera.

Según el concepto de cobertura brindado por la vigesimotercera edición del diccionario de la Real Academia Española (RAE), (2014), es un “conjunto de medios técnicos y humanos que hacen posible una información”, de igual manera lo define como “Extensión territorial que abarcan diversos servicios, especialmente en las telecomunicaciones.” (párr.1)

Ahora bien, ambos conceptos van ligados al área de la información y la comunicación, por lo que esta cobertura se puede centralizar en temas específicos a tratar, como coberturas en

el área de deportes, cultura, y porque no en el área de salud. Estas coberturas especializadas en un objeto de estudio principal llegan a brindar información más útil y verídica debido a la mayor cercanía que se tiene con las fuentes y la gran cantidad de conocimiento adquirido sobre este.

Tal es el caso que plantea Costa-Sánchez, C (2011), cuyo artículo habla sobre la cobertura española en el área de la salud, sobre los casos de la gripe A que surgieron en el año 2011 en México, quien además cita a Calvo, H., (1997). Costa explica cómo según Calvo considera en ambos lados la información, la de los periodistas y el personal de salud que piden facilitarla a la hora de realizar la cobertura, los periodistas con su accesibilidad y el empleo de un lenguaje más coloquial. Mientras los encargados del área de salud luchan por que se exponga la información de la manera más objetiva posible, y rigurosa, realmente que haya un adecuado tratamiento informativo con la comprobación de datos y demás.

La cobertura periodística no consiste en solamente obtener la mayor y mejor información posible sobre un tema; es un proceso que implica dedicación y disciplina, como lo expone Costa. Este proceso incluye procedimientos como seleccionar la adecuada fuente de información, manejar la información obtenida de la mejor manera posible, poner atención a los detalles como la tipografía y la parte gráfica de la nota.

Cobertura en época de crisis.

Una de las principales características de que un acontecimiento pase a llamarse crisis es la alteración continua que este tiene en la población, debido a que es un acontecimiento no esperado sobre el cual se posee poco poder y acceso.

Bauman, Z. Bordoni, C. (s. f.). definen una crisis como, una sentencia o punto de inflexión. Además, recalcan el uso que se le da en los medios de comunicación a esta palabra, de manera justificante ante situaciones cotidianas, como los estados financieros personales, los aumentos en los precios o impuestos, haciendo que el verdadero significado de esta palabra se haya perdido, según los autores, adaptándose a connotaciones más relacionadas, en su mayoría, con el área económica.

Una crisis puede desencadenar una serie de eventos mayores con solamente una mala información brindada, es por eso que la cobertura de estos sucesos debería realizarse de manera que no genere más pánico del necesario. Es oportuna una forma en que se informe de manera

que genere interés y a su vez brinde soluciones ante lo que acontece. Ante esto, se evidencia cómo Noguera, J., (2006) describe un poco cuando se debería dar cobertura a una llamada crisis, que afecte a la población.

Se podría resumir que la cobertura periodística de catástrofes viene argumentada principalmente bajo alguno de estos cinco frames o marcos de referencia (si bien algunos como el primero y el tercero pueden estar estrechamente ligados):

- a) En un contexto de “tragedia inevitable e imprevisible”, en el que predomina el pesimismo y la descripción de las causas y consecuencias del hecho.
- b) En un marco de “responsabilidad civil y administrativa”, con un discurso en el que se buscan principalmente las causas de la catástrofe para poder señalar a los culpables; dentro de este discurso también aparece inserto el de recuerdo hacia las víctimas.
- c) Bajo un frame articulado con un discurso centrado casi exclusivamente en la “descripción del dolor y la solidaridad” con las víctimas.
- d) Con un discurso centrado en el “balance de daños” tanto personales como materiales, ocasionado a corto, medio y largo plazo.
- e) Con historias enmarcadas bajo el hilo argumental de las “labores de rescate”, tanto de desaparecidos como de cadáveres, así como las de atención a los heridos. (p.200)

Del mismo modo, al presentarse crisis de mayores magnitudes, como una crisis a nivel nacional o mundial, como la provocada por el Covid-19 desde marzo del 2020, se ha evidenciado que la manera por excelencia de cobertura, que además la población prefiere consumir, vienen a ser las conferencias de prensa, por la confianza que estas dan al estar en épocas donde reina la incertidumbre debido a la crisis provocada por el nuevo virus.

Mayo-Cubero, M., (2019), realizó un estudio en el cual demuestra que un 56,5% de periodistas se mantienen informados de esta manera, por medio de conferencias o ruedas de prensa, esto ante la veracidad que los datos reflejan, además de generar esa misma confianza en los consumidores, aún más si son parte de la población que se ve afectada por dicha crisis, ya que existe la suficiente preocupación y miedo de la situación vivida.

Una cobertura de crisis debe tener como resultado noticias claras y concisas, que a su vez, puedan llegar a brindar soluciones a la comunidad consumidora del mismo, en el caso de los medios regionales o pequeños.

Propuesta de cobertura.

Con los cambios constantes que se presentan en el ámbito de la comunicación, no estaría mal decir que las coberturas que realizan los diversos medios de comunicación también se encuentran susceptibles a adaptaciones para estar actualizados. Por esta razón, surgen propuestas innovadoras para mejorar las coberturas de carácter periodístico que se realizan en estos medios, propuestas planteadas para potenciar el producto que se realiza en el medio.

Por supuesto, en medios tradicionales su forma de trabajo muchas veces no es cuestionable, ya que, es como si esta se encontrara escrita en piedra, pero, existen medios que podrían usar este tipo de innovación para abrirse campo en el mercado laboral y hacerse un nombre por el trabajo que realizan y por ende con el apoyo de los consumidores, como son los medios regionales. Una propuesta de cobertura innovadora y adecuada para un medio regional, significaría el despegue de este, ya que, por medio de esta oportunidad su producto se puede diferenciar con lo que se consume en otros medios.

Un claro ejemplo es el que mencionan Sabés, F., Verón, J., (2012), citando a Martínez, A., (1997), quien decía que los periódicos físicos iban a dejar de producirse después del año 2020, esto 23 años antes de empezara a ocurrir, y se puede observar cómo desde 2012 que se publicó el documento escrito por Sabés y Verón, todo apuntaba a que Martínez tenía razón, y hoy, año 2020 se observa la era digital en su máximo apogeo visto hasta la fecha, obligando a los medios a crear sus plataformas digitales, que en algún momento iniciaron como propuestas creativas de parte de alguien visionario.

Las redes sociales, los blogs, inclusive el mismo internet tiene bases en alguna propuesta que en algún momento pudo verse un tanto exagerada, pero que actualmente se ven los frutos, de los cuales algunas personas podrían decir que dependen. Una propuesta bien planteada y realizada podría reinventar un medio por el cual por mucho tiempo no haya innovado su forma de trabajar, lo que inclusive podría significar el crecimiento de este, realizando una cobertura periodística de calidad.

Según Rodríguez, I., (2006), generar una propuesta para un periodismo de calidad requiere lo siguiente:

Una propuesta de indicadores para un periodismo de calidad en México requiere, para su discusión e implementación, revisar las condiciones en las que se desarrolla esta actividad, la identificación de algunas de las tendencias que se manifiestan en su devenir, y la enumeración de aspectos que afectan -e incluso, ponen en riesgo- a los responsables de desarrollar este ejercicio profesional. (p.21)

Tanto en México como en Costa Rica y otros países, el periodismo se ha visto transformado por el aumento y consolidación de medios de comunicación alternativa, donde lo tradicional queda en segundo plano. Además de buscar unir a las diversas comunidades de la sociedad, muchas opciones nuevas que han surgido en el mercado de la comunicación participan del desarrollo de propuestas que revolucionan el medio en el cual dichas propuestas se desarrollarán.

Para sentar las bases de una propuesta que plantee lo necesario para generar un producto de calidad, se debe realizar una investigación del mercado, analizar en que se interesa la población a la que se planea que vaya dirigido el producto final. Rodríguez, I., (2006) acierta al decir que:

El público -lectores y audiencias- que son a un tiempo destinatarios de los productos y servicios noticiosos y que se han convertido en objetivo que propicie una mayor facturación publicitaria antes que ciudadanos demandantes de información noticiosa útil para las deliberaciones de su vida cotidiana, a pesar de que confían y recurren a los medios más que a las propias autoridades para informarse y resolver sus problemas. (p.22)

El problema está en llegar a presentar una propuesta innovadora que no se parezca a lo que ya se consume, que sea atractiva pero que mantenga su esencia informativa, por lo que la creatividad e inclusive los estudios previos adquiridos representan uno de los principales componentes para empezar a plantearse una posible propuesta.

Como bien citan Saiz-Echezarreta, V., Galletero-Campos, B. (2016) a Castells, (2009), “El periodismo está obligado a redefinir sus modos de actuar, pero sin perder de vista los aspectos que siguen legitimando su función social.” (p.126)

Sin embargo, para redefinirse primero hay que adaptarse a lo que sucede en la actualidad. Ambas acciones van de la mano de nuevas propuestas, las cuales se suman al reto de ser adecuadas para lo que se espera lograr.

Tratamiento de la información.

Los profesionales de la comunicación, en este caso periodistas, son los encargados de transmitir al público los distintos acontecimientos que surgen día con día y que son del interés del público consumidor, por esta razón, el manejo con fines informativos de dichos acontecimientos, la información brindada a los profesionales hasta el momento en que pasan a ser de conocimiento público, debe realizarse con sumo cuidado.

Mucha de esa información puede resultar delicada para ciertas personas, organismos o entidades, quienes se podrían llegar a ver afectados de manera negativa por el resultado de un mal manejo de la información adquirida, como es el ejemplo del caso de Angie Jibaja, planteado por Peralta, V., Belén, K., (2020), quien cita a diversos autores, Garrido, Serrano, Catalán (2018), Herrera, Ures, Martínez (2015)

Un tratamiento irresponsable de los medios de comunicación puede provocar un incremento de comportamientos suicidas (efecto Werther) de la misma forma que los medios pueden ayudar a reducir los comportamientos suicidas cumpliendo las pautas recomendadas (efecto Papageno) o no tener ningún efecto significativo en los suicidios (Garrido, Serrano, Catalán 2018:812). El “efecto Werther” evidencia que la tasa de suicidios aumentaría si las personas propensas están en contacto con información al respecto. Esto significaría que las noticias sobre suicidio en los medios de comunicación afectarían en mayor o menor medida dependiendo del tipo de información que compartiesen. (Herrera, Ures, Martínez 2015:124) Por el contrario, el denominado “efecto Papageno”, establece que se puede tener un efecto preventivo en la conducta suicida siguiendo un tratamiento periodístico bajo ciertas pautas establecidas. (Herrera, Ures, Martínez 2015:125). (p.6)

Asimismo, Prada, O., Eslava, R., Chacón, E., González, H. (2018), citando a Valero (2004), mencionan la importancia de realizar un adecuado tratamiento de la información, más allá de contabilizar la cantidad de publicaciones con las que interactúa el público, o el obtener la premisa:

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, se deben contemplar parámetros tales como: profundidad, número de fuente, géneros, tipo de lenguaje, entre otros. (p.202)

De un adecuado tratamiento de la información va a depender el éxito que la nota tenga al ser publicada y consumida por el público, es por esto que las publicaciones como tal, la parte gráfica como la tipografía o estilo, o la cantidad de estas, perfectamente podría llegar a entrar de segundo en la lista de prioridad al desarrollar las notas que van a ser publicadas.

Por esta razón, se podría decir que la línea editorial del medio de comunicación puede llegar a definir si se llega a cumplir o no ese adecuado tratamiento informativo, para asegurar el éxito de la nota, esto según lo planteado por Prada, O., *et al.* (2018) citando a Bernabeu, M., (2006).

Sin discutir los argumentos de una u otra posición, se puede decir que la línea editorial es el lugar desde donde el medio de comunicación (y los periodistas sin prescindir de sus propias tensiones) construye la realidad social. Son aquellas coordenadas espacio-temporales e ideológicas-profesionales desde donde se intenta dar sentido a los mecanismos de inclusión, exclusión, jerarquización y tematización (Bernabeu Morón, 2006). (p.204)

Como lo explica Prada, O., *et al.* (2018), la línea editorial, el manual de estilo que el medio de comunicación desarrolle, además por supuesto de la moral de cada periodista, es la clave para crear un producto, en este caso una noticia, sea agradable para el consumidor, que no afecte de maneras negativas al medio, y por supuesto a las personas involucradas en cada proceso por el que debió pasarse la información recolectada y publicada.

En este adecuado tratamiento de la información, también entran las fuentes de información, fuentes que se encuentran disponibles a brindar al periodista la información necesaria, al menos en la mayoría de los casos. La correcta selección de fuentes de información, desde el inicio del proceso de creación de una nota, como lo es la recolección de la información o datos, podría significar un seguro para el tratamiento de esta.

Pérez, C., (2005). en su tesis doctoral, menciona lo siguiente sobre las fuentes de información:

Las fuentes informativas como objeto de estudio de la investigación no se pueden entender como elementos independientes y desconectados del proceso de producción periodística. Son parte integrante y básica del mismo (la fuente es la materia prima de la que el periodista extrae el producto informativo que más tarde ofrecerá a las audiencias) que además mantienen una relación directa con otros factores que intervienen en la configuración de la noticia: contenidos, géneros, lenguaje, recursos formales, tipografía, etc. (p.59)

Según lo descrito por Pérez y lo planteado anteriormente, estos elementos finales, que funcionan en el proceso de desarrollar una noticia, como la tipografía y demás, si bien juegan un papel importante en este proceso no se pueden aplicar a este si primero no se ha contado con una buena fuente que brinde información con la que realmente se pueda trabajar para darle el tratamiento necesario.

Análisis del discurso.

Un discurso generalmente viene ilustrado de manera que se entienda como un texto, o un relato, sin embargo, los investigadores plantean el discurso como algo superior a un texto, es una entidad más compleja que da al texto identidad, que añade reglas y un estilo específico. Es por esta razón que requiere de su análisis para poder sacar todo el potencial de este.

Una de las principales herramientas utilizadas y consolidadas de análisis, ha sido el análisis del discurso como tal, ya que diariamente el ser humano se encuentra expuesto de distintas maneras a diferentes discursos, es por esta razón que esta herramienta es esencial para las metodologías, en el ámbito de la comunicación y distintas ciencias sociales. Santander, P., (2011), menciona la importancia que ha adquirido el discurso debido a la toma de conciencia de muchos investigadores quienes se ven en la necesidad de realizar un análisis profundo de discursos que requieren llegar a ser leídos de una manera correcta, a la cual no se puede llegar sin un gran análisis.

De igual manera Pérez, C., (2005), profundiza en cómo el análisis del discurso va más allá de quedarse con lo que a simple vista se lee, y como este es más profundo.

El Análisis del Discurso no invita a quedarse en la superficialidad sino a localizar las marcas textuales que permitan hacer una lectura razonada y crítica de acontecimiento a partir del planteamiento de cuestiones que tienen que ver además de con los contenidos,

con el contexto que les rodea, con el proceso de producción de los mismos y con la proyección que puedan tener en cualquier ámbito. (p.73)

Ante lo planteado por Santander y por Pérez, se aclara por qué en cada trabajo periodístico que se catalogue como investigación debería incluirse el análisis del discurso. Los periodistas tienen el trabajo de informar de manera clara, concisa y objetiva, por lo que esta herramienta, utilizada de manera adecuada, tiene el poder de transformar el periodismo actual, a ese periodismo veraz y transparente que el pueblo aún espera consumir.

Sin embargo, toda herramienta cuenta con su propio objetivo como es el caso del Análisis del Discurso, según lo plantea García, A., (1992), en su libro Análisis Documental del Análisis Periodístico, en el cual plantea el objetivo de este, “desmontar la estructura de un texto mediante criterios objetivados en un método de tal manera que su representación responda al texto que refiere y admita mayor número posible de demandas potenciales con las que mantenga cierta afinidad.” (p. 67)

Todo investigador cuenta con su método para realizar su trabajo, por lo que, al generar un análisis, no siempre se va a encontrar con la misma metodología. Además, se ha llegado a demostrar, de manera empírica, que el lugar de donde se realice la investigación, y por ende su respectivo análisis va a influir en el sentido de dicha investigación.

El ejercer la labor del periodismo ha dejado en claro la proximidad que los profesionales de este ámbito tienen con la población, facilitando la identificación de discursos informativos que impacten al consumidor. Cuvardic, D (2002), así lo menciona, citando a según Yagade y Dozier (1990):

El relato, mediante el procedimiento de la ilustración, hace más comprensible el problema prototípico para el ciudadano medio. Los relatos orientados al acontecimiento presentan asuntos obstrusivos [sic], aquellos que, según Yagade y Dozier (1990: 4) son experimentados personalmente por el individuo. El público conoce experiencias mediáticamente simbolizadas que puede estar experimentando. Los periodistas pueden tener acceso directo a los acontecimientos, como sucede en las manifestaciones públicas de protesta, o acceso indirecto por mediación de sus fuentes, como sucede en el caso de los encuentros negociadores. (p.90)

El trabajo de un periodista cuyo ámbito de trabajo se encuentra en el área de investigación, se basa en la identificación y diferenciación de la noticia con respecto al resto

de información, sin siquiera conocer el tema a tratar en muchas ocasiones, pero que, con ayuda de esta herramienta de análisis y la naturaleza del análisis, pueda acceder a las herramientas para realizar por lo menos una hipótesis o un posible resultado.

Periodismo especializado.

Meneses, M., (2007), define el periodismo especializado como aquel periodismo que se encarga de “proponer modelos comunicativos que hagan de las especialidades del saber o actividades profesionales materia periodística, susceptible de codificación en mensajes universales, además de establecerse como vía de comunicación interdisciplinaria” (p.138).

Al incorporar diversas especialidades dentro de un medio, es necesario contar con un orden de lo que se va a producir de manera informativa. De igual manera el periodista que se especializa en un área específica llega a desarrollar características diferenciadoras del periodista general, debido a la cercanía que estos poseen con el tema y el conocimiento constante que han adquirido del tema, así lo describe.

Asimismo, la temática en la que el especialista se centra, por lógica también se convierte en el eje central del periodismo especializado, desplegando una serie de técnicas que llegan a ser del conocimiento del periodista, como se mencionaba, para crear un producto más completo, y de mayor calidad, así descrito por Pérez, C., (2005):

El elemento base del Periodismo Especializado es la temática; son los contenidos sobre los que el periodista actúa desde el mismo momento en que son transmitidos por las fuentes, de forma que en ellos están impresos una serie de técnicas cuyo objetivo [sic] es facilitar la comprensión entre emisores y receptores a partir del análisis de los hechos, de una explicación que permita interpretarlos, de una ubicación en el tiempo y en el espacio, de la relación con otros acontecimientos pasados, de la traducción de códigos científicos que pueda obstaculizar la comprensión de los lectores y de la propia valoración crítica de la actualidad, todo ello dirigido a conseguir un periodismo de calidad, rigor y especificidad temática. (p.79).

De igual manera, las fuentes consultadas por los profesionales para realizar un efectivo periodismo especializado, deben ser aquellas que posean la mejor información y que por ende estén más cercanos al tema a tratar en el producto final que se obtenga. Es por esto que Chacón, I., García, A., (2001) plantea algunos pasos a seguir para poder llegar a dichas fuentes:

Localización de todas las fuentes relacionadas con el dominio de que se trate, análisis y selección de las fuentes más adecuadas, creación de canales de acceso fácil y rápido a las fuentes elegidas, delimitación de esa información en virtud de los contenidos periodísticos especializados. (Pp.35-36)

Además del previo conocimiento que los futuros periodistas obtienen, su formación universitaria crea una estimulación que les permite avanzar, ya que, gracias a los trabajos que realizan en este tiempo previenen muchas complicaciones que surgen por la distancia que existe entre la teoría y la práctica, resultando que muchos se quedan con la primera.

Sin embargo, los productos periodísticos generados por periodistas especializados, por ende productos especializados, no se encuentran ajenos al debate que el tema tratado pueda generar, especialmente si la nota manifiesta contenido de una temática un poco controversial, como suele suceder en el periodismo político o el deportivo enfocado en el fútbol.

El periodismo especializado requiere un gran dominio del tema, mientras el generalista domina distintos temas, sin embargo no lo hace con la misma profundidad que el especializado. Además existe un factor que ambos poseen en común, a pesar de que el especializado muchas veces viene de la mano con términos técnicos o complicados, ambos son elaborados de manera clara y concisa, por lo que son accesibles para el consumidor.

Crisis.

Bauman, Z., Bordoni, C (2016), traducido por Santos, A. (2016) definen una crisis como un punto de inflexión, además puede significar disputa. Esta palabra constantemente la vemos en distintos medios, televisión, periódicos, internet, la escuchamos en radio, y aunque generalmente se refieren a crisis económicas, no se limitan a estas.

A criterio de Fita (1999, pp.125–127)), citada por Costa, C., (2010) una crisis, se caracteriza por los siguientes rasgos:

Producir la alteración del normal funcionamiento de una organización debido al factor sorpresa.

Unicidad ya que ningún desequilibrio producido por una crisis será igual. Las mismas causas nunca producirán los mismos efectos.

Crear una situación de urgencia y de emergencia.

Producir corrientes de noticias negativas que necesitarán resolverse rápidamente.

Las organizaciones se ven más obligadas a reaccionar que a tomar la iniciativa, lo que provoca la desestabilización de todos los procesos comunicativos.

Ganarle la partida al tiempo y a la calma se garantizará mediante la prevención y el análisis en tiempo de paz. (Pp.46-47)

Según Bauman, Z., Bordoni, C (2016), traducido por Santos, A. (2016) en el sentido literal, una crisis es algo positivo, ya que, implica un cambio o renacimiento después de haber sucedido un fracaso. Sin embargo, por lo general se culpa a la crisis por lo que sucede anterior a la crisis y lo que esta provoca. No obstante, existen antecedentes, los cuales son los culpables realmente y no el resultado de estos acontecimientos junto a la crisis y todo lo que esta conlleva. Además, el concepto como tal de crisis ha perdido su significado original, debido a que actualmente escuchar esa palabra, mayoritariamente se relaciona con la parte económica.

Toledano, S., Ardèvol-Abreu, A., (2013) mencionan como el consumo a gran escala sobre una crisis genera una falsa imagen de esta. “El consumo masivo de imágenes sobre las crisis provoca una falsa ilusión de verdad y de realidad, en la que el ciudadano se considera testigo de los acontecimientos, cuando sólo percibe una pieza de un complejo puzle.” (p.192)

Los medios de comunicación cumplen un papel importante cuando se trata del tratamiento de situaciones de crisis, ya que, la mayor parte del tiempo estos son la única vía de información que se consideraría veraz y con la que cuenta el pueblo que no vive la crisis de manera directa.

Desde que se surgió el llamado Efecto CNN en 1992, tras lo sucedido con la intervención militar de Estados Unidos en Somalia, se llegó a considerar que las cámaras televisivas y los medios serían los que garantizarían relaciones internacionales más solidarias y humanitarias, al mostrar escenarios reales a los diferentes gobiernos, haciéndolos mirar la crisis de una manera más real y menos utópicas.

Las crisis se llegan a transmitir de maneras un tanto predecibles, encajándolas a la fuerza a todas las crisis en el mismo sitio ante el público, así se trate de distintas temáticas o áreas afectadas entre sí, inclusive llegan a ser vistas entre luchas de malos contra buenos, y no

una afectación general. Además, los medios de comunicación han colaborado en informar sobre este fenómeno de manera poco profunda, “abandonando su seguimiento antes de que concluyan, con lo que se priva a la audiencia de conocer su desenlace.” según mencionan Toledano, S., Ardèvol-Abreu, A., (2013) (p.195)

De igual manera, conforme se desarrolla una crisis, se puede tener un posible panorama del proceder a nivel nacional. Una época de crisis provoca que una comunidad y un país entero tome decisiones que van a afectar el proceder al que se está acostumbrado, pero dichas decisiones podrían llegar a controlar el estado de crisis e ir disminuyendo las afectaciones negativas.

Crisis sanitaria.

¿A qué se refiere cuando se habla de una crisis de salud o crisis sanitaria? Para Churchill (2000, p.125), según Costa, C., (2010), una crisis sanitaria es un “evento no planeado que implica una amenaza real, percibida o posible contra el bienestar del público (o algún segmento de él), el ambiente o una agencia de salud afectada”. (p. 46)

Sin embargo, una crisis sanitaria comúnmente está relacionada con toda situación que signifique una amenaza para la salud de los habitantes de una región. Por esta razón, las autoridades y entidades encargadas de velar por la salud deben actuar con eficacia, generar un protocolo de protección y trabajar con transparencia para que así la población logre tomar las medidas necesarias para evitar exponer su salud. Asimismo, los medios cumplen el importante rol de transmitir lo referente a la crisis de manera actualizada y responsable.

En casos donde se experimente una crisis de salud, el órgano regulador que posee protocolos rígidos para conservar el buen estado de salud de las personas es la Organización Mundial de la Salud, (OMS), quienes consideran importante realizar una labor eficaz y oportuna desde todos los ámbitos que se combate, según lo menciona Moreno, E., (2007):

Para la OMS, las estrategias de comunicación constituyen un componente muy importante de la gestión de todo brote de enfermedad infecciosa y son absolutamente esenciales en el caso de pandemias. La información correcta y oportuna es fundamental para minimizar la perturbación social indeseada y las consecuencias económicas, pero también para optimizar la efectividad de la respuesta. (p.119)

Las crisis generan efectos que pueden darse a corto o largo plazo, los cuales van a depender del contexto de la región en que esta se desarrolla y la previa preparación de las instituciones encargadas y el desarrollo social que haya. Un país pobre no va a tener los recursos para preparar a sus instituciones de la manera más adecuada para sobrellevar la disminución de salud que provoque la crisis.

Del mismo modo, el privatizar la salud actúa como detonante para la mortalidad y el aumento de enfermos por restringir el acceso a un centro médico, debido a que no todos poseen los ingresos necesarios para poder pagar una consulta médica privada.

Virus.

Los virus son pequeños agentes infecciosos que se encuentran en células vivas de otros organismos, multiplicándose dentro de estas con gran rapidez. Muchos de los virus son inofensivos, causando síntomas muy leves como fiebres bajas, producción de material mucoso, entre otros. Constantemente el ser humano está expuesto a contraer algún virus, ya que, muchos de ellos se encuentran en el aire o por tener contacto con alguna persona que se encuentre contagiada, como un virus respiratorio, el cual provoca gripes o resfriados comunes.

Desde la antigua Mesopotamia se han encontrado evidencias de textos y jeroglíficos que retratan enfermedades similares a las que producen estos organismos, es por esta razón que gran cantidad de científicos han investigado varias enfermedades con el fin de descubrir su origen y si estas se pueden catalogar como virus. Sin embargo, en el siglo XX se asumió que estos eran realmente agentes biológicos.

Por otra parte, estudios han demostrado que gran cantidad de enfermedades son producidas por diversos virus o familias de estos, las cuales son denominadas coronavirus. Por esta razón, hace algunos años inició el desarrollo de una técnica capaz de descubrir nuevos virus, denominada Metagenómica, la cual, según Rubio, C., Vicente, M., Sánchez, J., (2012):

Es un conjunto de técnicas que permite obtener todos los fragmentos de ADN y ARN (huellas genéticas) que contiene una muestra concreta, para luego traducirlos a un lenguaje que pueda ser leído (secuenciación) y compararlos con todas las huellas genéticas conocidas y publicadas hasta el momento, almacenadas en bases de datos. (párr. 2)

De esta manera, se pueden obtener resultados que ayuden a crear métodos preventivos para evitar desarrollar algunas enfermedades, como se está iniciando a hacer en Costa Rica con las vacunas para que las niñas eviten contagiarse del virus del papiloma humano, ya que, estos organismos, los virus, se transmiten de muchas maneras posibles, todo depende del tipo de virus que se trate, por lo que la prevención de estos también va a variar.

Muchas de las enfermedades causadas por diversos virus se dan en el ámbito respiratorio, como lo describen Rosete, D., Archundia, F., Cabello, C., Manjarrez, M., (2002):

Para salir de la célula e infectar a células vecinas, la mayoría de los virus que infectan el tracto respiratorio lisan a la célula, y el tejido afectado con frecuencia despierta una respuesta inflamatoria local que es un evento inicial de la respuesta inmune, pero también es responsable de muchos de los síntomas que se presentarán durante la enfermedad. (p.242)

Además, los virus poseen una gran complejidad y son bastante diversos, sin embargo, esto no limita que creen patrones los cuales generan infecciones comunes. Ante esto Rosete, D., *et al.* (2002) mencionan algunos de estos patrones. “1) infección aguda, es la infección rápida que se autolimita, 2) infecciones persistentes, son de períodos largos o prolongados, por ejemplo, infecciones por adenovirus. Además, se presentan variaciones y combinaciones de estas dos formas.” (p.243).

A pesar de ser contagiosos, los virus no son tan virales como otro tipo de organismos, más si son comunes, principalmente debido a las infecciones que estos generan, por lo que las autoridades suelen generar protocolos de salud para la prevención de contagios.

Esto sucede con el sars cov-2, el conjunto de virus llamado Coronavirus, responsable de generar la nueva enfermedad Covid-19, de la cual se encontraron rastros hasta finales del año 2019, y que en el año posterior generó una crisis sanitaria que se transformó en una pandemia con múltiples complicaciones y un aumento en la mortalidad como no se había experimentado en los últimos 100 años, luego de la pandemia provocada por justamente una gripa, la reconocida gripe española.

Covid-19.

La OMS define el Covid-19, como una enfermedad infecciosa causada por un coronavirus, el cual es una gran familia de virus unidos, que se llegan a encontrar tanto en seres humanos como en animales.

Para finales del año 2019, específicamente el 31 de diciembre, se obtuvieron las primeras evidencias de la creación de una nueva enfermedad causada por un virus, enfermedad que al inicio se creía era una neumonía etiológica, ya que, múltiples virus ocasionan cuadros de neumonía, como síndromes respiratorios o infecciones agudas. Precisamente, de la terminología síndrome respiratorio agudo sale el nombre del virus, debido a sus siglas en inglés, SARS, y debido además por las muertes que este síndrome provocó entre los años 2002 y 2003.

El virus sars cov-2, conocido por la enfermedad que ocasiona, tiene un periodo de incubación de 5 días aproximadamente, y permanece vivo dentro del organismo de la persona contagiada alrededor de 15 días, con altos niveles de contagios, lo que ocasionó la pandemia proveniente de la crisis de salud, a inicios del año 2020.

Accinelli, R., Zhang Xu, C., Ju Wang, J., Yachachin-Chávez, J., Cáceres-Pizarro, J., Tafur-Bances, K., Flores-Tejada, R., & Paiva-Andrade, A. (2020), mencionan algunas estrategias que se pueden implementar para enfrentar la pandemia provocada por esta enfermedad. “1) no intervenir y esperar que la curva de la enfermedad se detenga cuando se enfermen todas las personas susceptibles; 2) mitigar; 3) buscar la supresión de la epidemia.” (p.1303)

Al iniciar la pandemia se dio a conocer cómo estaba compuesto este virus, el cual posee doble capa de lípidos o grasa, por lo que una manera excelente manera de mitigar el virus es con un buen lavado de manos, con bastante agua y jabón, ya que los componentes de estos disuelven las capas que rodean al virus dejándolo vulnerable, por lo que es más sencillo evitar contagiarse.

Además, una de las mejores opciones que presentaron las autoridades para mitigar el contagio del virus fue el aislamiento social, decretado en Costa Rica por el Ministerio de Salud, en el que de ser posible las diferentes burbujas sociales o grupos de personas en constante convivencia no se mezclen, para evitar así incrementar las olas de contagios.

El Covid-19 llegó a estar presente en la vida todos los ciudadanos a nivel mundial, contagiados o no, afectando la normalidad que se conocía hasta el momento, es por eso que los medios de comunicación se ven involucrados en la transparencia de parte de los gobiernos, ya que, estos se encargan de transmitir el acontecer relacionado a la enfermedad, algunos de una manera neutral, otros más positivos, inclusive, el mismo virus se ha prestado para realizar coberturas sensacionalistas.

Los periodistas no se encuentran formados para cubrir una pandemia de tal magnitud, donde la clave es el aislamiento físico, ya que, siempre se ha tenido una cercanía característica con la población, sin embargo, el virus afectó a muchas de las maneras en que inclusive el ser humano se comunica.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

La metodología en una investigación es la herramienta que, como describen Hernández *et al.* (2014), Hernández *et Al.*, estudia los diversos métodos o técnicas para obtener la información necesaria para el desarrollo de la investigación y elaboración de la propuesta, es por eso que en este capítulo se desarrollan tales técnicas.

En la metodología específicamente se analiza el enfoque de la investigación y el método de esta. También se estudian las fuentes de información de donde se obtendrá la muestra y la información necesaria para desarrollar los diversos instrumentos a emplear y responder la pregunta planteada al inicio de la investigación, sobre cómo se puede llegar a elaborar una propuesta de cobertura para medios regionales ante crisis a nivel nacional.

Enfoque de la Investigación

De acuerdo con Hernández, *et al.* (2014), la investigación se considera como “un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” (p. 4). Entre estas investigaciones se encuentran diferentes enfoques, como los cualitativos, cuantitativos y mixtos.

Hernández *et al.* (2014), comenta que “Los enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto constituyen posibles elecciones para enfrentar problemas de investigación y resultan igualmente valiosos. Son, hasta ahora, las mejores formas diseñadas por la humanidad para investigar y generar conocimientos” (p. 2).

En el caso de esta investigación, se va a desarrollar la información y el análisis de esta para crear la propuesta mencionada en el primer capítulo, esto desde un enfoque cualitativo, que, una vez más citando a Hernández *et al.* (2014) se considera como “la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p. 7).

Se va a emplear el enfoque cualitativo, ya que, los objetivos se relacionan con la obtención de información teórica del medio de comunicación, la cual se analizará para poder plantear una propuesta final. Además, dichos objetivos plantean la creación de una propuesta de cobertura basada en esa información previamente recolectada del medio El Sol de Occidente

ante la crisis que vive Costa Rica por el virus covid-19. Por lo que los resultados esperados, y que según lo planteado por Hernández et al (2014), son resultados que buscan afinar la pregunta de la presente investigación que plantea la posibilidad de crear una propuesta de cobertura basada en dicha información mencionada anteriormente.

Método

Una vez culminados los dos capítulos anteriores y definido el enfoque mencionado en el apartado previo, se determinará el método o diseño de la investigación que, de acuerdo con Hernández *et al.* (2014), se considera como el “plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema” (p. 128).

Sobre las investigaciones de enfoque cualitativo existen siete tipos de diseños. En el caso de la presente investigación se va a utilizar el método de teoría fundamentada, que de acuerdo con Hernández *et al.* (2014) citando a Sandín, (2003); Creswell, (2013); Draucker *et al.*, (2007); y Glaser y Strauss, (1967):

La teoría fundamentada (Grounded Theory) apareció en 1967, propuesta por Barney Glaser y Anselm Strauss en su libro *The discovery of Grounded Theory*, y se asienta básicamente en el interaccionismo simbólico (Sandín, 2003) [...] La teoría fundamentada provee de un sentido de comprensión sólido porque “embona” en la situación bajo estudio, se trabaja de manera práctica, es sensible a las expresiones de los individuos del contexto considerado, además puede representar toda la complejidad descubierta en el proceso (Creswell, 2013b; Draucker *et al.*, 2007; y Glaser y Strauss, 1967). (p. 472).

La investigación al tratar sobre un tema nuevo, con tan poca fundamentación teórica, como el nuevo virus sars-cov 2 o Covid-19, como es llamado, va a recabar datos relacionados con el fenómeno mencionado, además, de la cobertura periodística del medio regional el Sol de Occidente sobre este. De igual manera, se va a implementar dicho método, debido a la poca teoría, comprobada y válida que se logra encontrar sobre el tema, generando así, posible nueva teoría al respecto que abarque el tema de la nueva enfermedad y desarrolle la parte de la cobertura desde el ámbito periodístico y no solamente de salud.

Volviendo al método utilizado, este se divide en dos tipos de subcategorías: sistemáticos y emergentes. Entre los subniveles mencionados, el que serviría para lograr el objetivo principal sería el emergente, ya que, de acuerdo con Hernández *et al.* (2014):

En el diseño emergente se efectúa la codificación abierta y de ésta emergen las categorías (también por comparación constante), que se conectan entre sí para producir teoría. Al final, el investigador explica la teoría y las relaciones entre categorías. La teoría proviene de los datos en sí, no está ubicada en clases de categorías (central, causales, intervinientes, contextuales, etcétera). En este caso se va a tomar en cuenta un mínimo de una página en redes sociales que hable del tema, máximo dos, esto para poder describir los tipos de contenidos y analizar los tipos de reacciones que sus respectivos públicos meta tienen y compararlos entre sí. (p. 472)

La razón por la cual se va a emplear el método de teoría fundamentada, con el diseño emergente, es debido a la poca existencia de información útil y verídica que se encuentra sobre el objeto de estudio, por lo que la investigación se va a sustentar y concebir sobre lo generado en el medio regional seleccionado, donde se cobra lo relevante a al coronavirus Covid-19. De la información que se recolecta desde el ámbito de la comunicación y no de la salud, se va a sustentar el desarrollo, además, de la propuesta de cobertura, para que esta tome el papel de la base necesaria para la construcción de lo mencionado.

Asimismo, el diseño emergente da una mejor ayuda al crear el análisis de la información que se recaude desde el medio para poder tener una mejor visión de la cobertura que han realizado. Así, encontrar posibles opciones y observaciones sobre cómo se podría llegar a mejorar la cobertura desde medios regionales en eventuales crisis a nivel nacional que se den en un futuro, el cual sería el objetivo de la propuesta a realizar, y basada como se mencionaba en el párrafo anterior, desde lo recolectado de los mismos datos que se obtengan de El Sol de Occidente.

Fuentes de Información

Aquellos sujetos o fuentes que ayudarán a fundamentar y desarrollar la investigación son las fuentes de información que se va a emplear, las cuales deben cumplir con una serie de requisitos. Y que, de acuerdo con Hernández *et al* (2014):

Siempre y cuando el tiempo y los recursos lo permitan, es conveniente tener varias fuentes de información y métodos para recolectar los datos. En la indagación cualitativa poseemos una mayor riqueza, amplitud y profundidad en los datos, si éstos provienen de diferentes actores del proceso, de distintas fuentes y al utilizar una mayor variedad de formas de recolección de los datos (p.439).

Por esta razón, dichas fuentes deben ser varias para así poder contar con una cantidad variada y adecuada de información, pero, también deben delimitarse, para no exceder en información innecesaria, y que compartan las características requeridas para formar parte de la muestra.

Para efectos de la presente investigación, las fuentes de información a consultar se basarán en profesionales de la comunicación, cinco periodistas del país que se encuentran ejerciendo la profesión, sea en medios de comunicación, entidades, empresas, entre otros. Jennifer Pazos, periodista de medios masivos como Teletica y Multimedios, Mario Taboada, quien se encuentra laborando en Extra-Tv, Andrés Parra, miembro fundador del diario digital El ciudadano, Sergio Araya, productor y presentador del programa radial En Otro Prisma y Ronny Gudiño, periodista en La República.

Conjuntamente, se seleccionarán la misma cantidad de consumidores del medio regional mencionado para brindar así su aporte; de la misma manera (grupo focal) sobre la información que están consumiendo, referente al tema del Covid-19, consumidores de distintas edades y profesiones. Anthony Alpízar, de 22 años, estudiante de publicidad, Nazareth Mora, de 21 años, estudiante de Derecho, Rebeca Chaves de 21 años, estudiante de Dirección de empresas, Wilmer Morales, de 28 años, estudiante de terapia física y cajero en Más x Menos, Rodolfo Quirós, de 24 años, estudiante de ingeniería en mantenimiento industrial y agricultor.

Además, se contará con el aporte de Anyelin Campos, periodista encargada de la cobertura del área de salud para el medio El Sol de Occidente. Sobre la labor del medio de comunicación, las palabras de José Luis Mora, ex vicepresidente del Colegio de Periodistas de Costa Rica y director de la revista Industria, profesor universitario, quien refiere la importancia de implementar manuales de estilo en los medios de comunicación.

Muestra.

La muestra, según Hernández et al, (2014), la muestra es un “subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de ésta” (p.173). Lo que permite que, en investigaciones futuras, relacionadas al tema de la presente investigación, se pueda ampliar o delimitar más.

Siendo que Hernández et al (2014) definen la muestra a expertos de la siguiente manera:

En ciertos estudios es necesaria la opinión de individuos expertos en un tema. Estas muestras son frecuentes en estudios cualitativos y exploratorios para generar hipótesis más precisas o la materia prima del diseño de cuestionarios. [...]. Tales muestras son válidas y útiles cuando los objetivos del estudio así lo requieren (p.397).

Para la presente investigación, se requerirá del conocimiento de profesionales de la comunicación, quienes en los últimos tres años hayan estado laborando en un medio de comunicación. De tal manera, podrán aportar su análisis, desde el punto de vista profesional y actual, bajo la herramienta mencionada en el apartado anterior y a desarrollarse en los instrumentos, sobre la cobertura que se ha encontrado realizando el medio regional El Sol de Occidente, el cual es objeto de estudio de la investigación, además de los aportes del público consumidor de este medio de comunicación.

Las dos partes de estas muestras se utilizarán por la importancia que tienen, en el futuro desarrollo de la propuesta de cobertura, para la cual se necesita analizar desde todos los ámbitos posibles, quienes se encuentran ya dentro del mercado laboral, quienes están prontos a hacerlo, y puedan traer ideas más frescas e innovadoras, así como el conocer lo que los consumidores prefieren o ven más, de manera que si se realiza una completa y buena investigación, se puede lograr un mejor resultado.

Criterios de inclusión y exclusión.

Para poder delimitar la muestra se requieren criterios que validen la participación de la persona, en este caso de los grupos focales. Además de las características específicas a delimitar, es importante aclarar que la población no entra como objeto de estudio, más si como fuente de información para poder obtener un análisis más provechoso de la información.

Inclusión.

1. Periodistas con experiencia mínima de un año laborando en medios de comunicación.
2. Periodistas hombres y mujeres.
3. Hombres y mujeres que consumen el medio mencionado.
4. Hombres y mujeres con edades entre los 16 años y hasta los 60 años, de la zona de occidente.

Exclusión.

1. Comunicadores que no hayan laborado en un medio de comunicación.

2. Estudiantes a inicios o niveles intermedios de su carrera en periodismo.
3. Hombres y mujeres que no conocen el medio regional.
4. Hombres y mujeres menores de 16 años y mayores de 60 de la zona de occidente.

Unidades de Análisis de la Investigación

Tabla 1 Unidades de Análisis

Objetivo	Categoría	Subcategoría	Definición Conceptual	Instrumento	Ítem
Identificar la información brindada por El Sol de Occidente relacionada con la cobertura de la crisis por Covid-19 en Costa Rica.	Medios regionales	Cobertura en medios regionales. Información sobre Covid-19. El Sol de Occidente (plataformas).	Según Luna, V (2007) un medio regional “es aquel medio de comunicación, con sede, por lo general, en la cabecera de una región del país, que cubre información, se distribuye o ingresa más allá del cantón o cabecera principal de esa zona geográfica; nunca su cobertura es tan amplia como para adquirir la denominación de medio nacional”. (p.45)	Análisis de contenido. Grupo Focal. Entrevista.	Apartado Instrumentos.
Determinar si el contenido generado por el medio es útil	Utilidad	Información. Contenido de las noticias.	Según Case, K, Fair, R. “En el siglo XIX, esta idea acerca de la	Análisis de contenido. Grupo Focal.	Apartado instrumentos.

<p>para las comunidades de la zona de occidente que cubre el medio.</p>		<p>Zonas de cobertura.</p>	<p>ponderación subjetiva de los valores se formalizó en un concepto conocido como la utilidad. El hecho de que un artículo sea preferible a otro depende de cuánta utilidad o satisfacción, sea capaz de producir en comparación con otras opciones”. (p.142)</p>	<p>Entrevista</p>	
<p>Reconocer la manera más adecuada para la presentación de la información en la propuesta de cobertura.</p>	<p>Presentación de la información.</p>	<p>Formato Información de la cobertura,</p>	<p>Según Gómez, P (2014) “Ten piedad del pobre lector. No escribimos para nosotros mismos; escribimos para que otras personas nos lean y nos entiendan. Por consiguiente, debemos caracterizar a nuestro lector objetivo y escribir pensando siempre en ese lector”. (p.5)</p>	<p>Análisis de contenido. Grupo Focal.</p>	<p>Apartado Instrumentos.</p>

Elaborar una propuesta de cobertura para el medio regional El Sol de Occidente, que ofrezca soluciones a través del contenido brindado ante crisis nacionales.	Propuesta	Propuesta de cobertura Periodismo de soluciones. Crisis nacional.	La Real Academia Española (RAE), (2014) define una propuesta como "Proposición o idea que se manifiesta y ofrece a alguien para un fin."	Análisis de contenido. Grupo Focal.	Apartado Instrumentos.
--	-----------	---	--	--	------------------------

Nota: Elaboración Propia

Instrumentos de la Investigación

Para efectos de la investigación se van a desarrollar los instrumentos con los cuales se realizará la recolección de datos del objeto de estudio de esta. De acuerdo con Hernández *et al.* (2014) un instrumento de medición es el "recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente" (p. 199). El uso de estos instrumentos dependerá del enfoque de la investigación, en este caso, cualitativa.

Análisis de contenido.

Como primer método para la recolección de datos, se encuentra el análisis de contenido, que de acuerdo con Hernández *et al.* (2014):

En el análisis de los datos, la acción esencial consiste en que recibimos datos no estructurados, a los cuales nosotros les proporcionamos una estructura. Los datos son muy variados, pero en esencia consisten en observaciones del investigador y narraciones de los participantes: a) visuales (fotografías, videos, pinturas, entre otras), b) auditivas (grabaciones), c) textos escritos (documentos, cartas, etc.) y d) expresiones verbales y no verbales (como respuestas orales y gestos en una entrevista o grupo de

enfoque), además de las narraciones del investigador (anotaciones o grabaciones en la bitácora de campo, ya sea una libreta o un dispositivo electrónico). (p.418)

Se determina el uso del análisis de contenido en esta investigación, ya que, este ayudará a determinar la utilidad de la información brindada en las notas realizadas por el medio de comunicación, pasando primeramente por la recolección de los datos que se van a utilizar en el análisis.

De igual manera, mediante este instrumento se van a plantear ideas dirigidas hacia la creación y adecuada fundamentación de la propuesta de cobertura a realizarse, ideas basadas en dicha información recolectada, por lo que se podría considerar el análisis de contenido como el primer instrumento y el más importante, ya que, es el que brindará las bases para el desarrollo de toda la investigación precedente.

Grupo Focal.

Como segundo método para la recolección de datos, se encuentra el grupo focal, que de acuerdo con Hernández *et al.* (2014) consiste en:

Una especie de entrevistas grupales, las cuales consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos (tres a 10 personas), en las cuales los participantes conversan a profundidad en torno a uno o varios temas en un ambiente relajado e informal bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales. (Pp.408-409).

Como se mencionaba en el apartado de muestra, y según lo citado en el párrafo anterior, los grupos focales darán un mejor panorama de la cobertura realizada por el medio, a través de las opciones y puntos de vista de profesionales en el área de la comunicación. Y por supuesto conocer la opinión de un segmento de quienes consumen con regularidad el material que el medio regional les brinda en sus diferentes plataformas.

Entrevista.

El tercer y último instrumento por desarrollarse es la entrevista, la cual Hernández *et al.* (2014) citando a Janesick (1998) la definen como:

Una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En el último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia o un equipo de manufactura.

En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (Janesick, 1998). (p.403)

De esta manera, y para efectos de la presente investigación, se entrevistará a la periodista encargada de cubrir el tema del Covid-19 y el área de salud en el medio regional que se encuentra bajo estudio, Anyelin Campos.

La entrevista se realizará con el fin de obtener información de cómo se ha efectuado la cobertura de este tema dentro del medio, y así realizar una comparación con lo obtenido de los instrumentos anteriores. Por esta razón, al obtener la información necesaria y adecuada, se presentan las bases para generar la propuesta de cobertura, la cual utiliza el factor regional como una ventaja y no al contrario.

De igual manera, el periodista José Luis Mora, profesor universitario quien laboró en el periódico la Nación, formó parte del Colegio de Periodistas de Costa Rica y es director de la revista Industria, sobresalta en su entrevista la importancia de crear manuales de estilo en los medios de comunicación del país e implementarlos de manera adecuada.

Proceso de recolección de datos.

Para poder llevar a cabo el análisis de la información a obtener, se debe aclarar la manera en que la información se va a recolectar para generar dicho análisis. Para Hernández *et al.* (2004), la recolección de datos requiere de un plan detallado para obtener los datos pertinentes y necesarios para la obtención de los resultados.

“Consiste en recolectar los datos pertinentes sobre los atributos, conceptos o variables de las unidades de muestreo/ análisis o casos (participantes, grupos, fenómenos, procesos, organizaciones, etcétera). Recolectar los datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico.” (p. 198)

Para mayor orden y facilidad, el proceso de datos de se realizará por etapas, las cuales se definirán a continuación:

Fase 1: Realización de las entrevistas

Para iniciar a recolectar los datos se contactará con la periodista del medio regional, quien es la encargada de realizar la cobertura de todo el acontecer relacionado al Covid-19. La entrevista se basará en obtener información sobre la experiencia de cubrir una crisis provocada por un nuevo factor, el cual tiene afectaciones alrededor del mundo entero, así como también el conocer el trabajo interno del medio, y organización de este para poder cumplir con el trabajo de informar a la población de occidente.

A pesar de que las oficinas del medio se encuentran en el mismo cantón que la investigadora, quien realizará la entrevista la ejecutará vía digital, por medio de vídeo llamada, de manera que se facilita la grabación de la misma para el análisis de los datos. Video llamada que se llevará a cabo por la plataforma digital zoom.

Fase 2: Análisis del contenido producido por el medio de comunicación sobre el tema Covid-19

El análisis del contenido se realizará con el fin de tener un mejor panorama de la cobertura que realizó el medio sobre la crisis provocada por el Covid-19 durante el primer semestre del 2020. Por esta razón, se analizarán notas desde inicios de marzo del año 2020 cuando se dio el primer caso de Covid en Costa Rica, hasta finales del mes de junio del mismo año.

Las notas escogidas serán analizadas para poder tener la información necesaria, además todas las notas serán relacionadas al tópico mencionado, para así desarrollar los resultados y recomendaciones pertinentes. Nota que se encuentran en el apartado de anexos con su respectivo enlace.

Fase 3: Realización de los grupos focales.

Como parte de la recolección de datos, los grupos focales se realizarán con el objetivo de conocer el punto de vista de agentes externos al medio de comunicación, ya que, se realizarán 2 grupos focales, con periodistas con experiencia trabajando en medios de comunicación y con consumidores del medio de diversas edades, quienes aportarán diferentes panoramas para realizar un análisis más completo.

Cada uno de los grupos focales se realizará vía virtual debido a la situación de pandemia y por la dificultad de los participantes de trasladarse a algún sitio en común para poder realizarlo. La plataforma seleccionada es Zoom, de igual manera en que se realizó la entrevista días previos.

Además, en el apartado de anexos, el cual se encuentra al final del documento, se pueden observar las notas escogidas para analizar en los respectivos grupos focales, así como el respectivo enlace de cada nota para poder entrar a estas y analizarlas de manera correcta.

Fase 4: Análisis de los resultados

Una vez desarrollados los respectivos instrumentos, se dividirá la información obtenida de estos en categorías y subcategorías para realizar el análisis de esta. Con el análisis se espera destacar características positivas y negativas de la cobertura realizada por el medio de comunicación, también considerar los aspectos a incluir en la propuesta e iniciar su desarrollo.

Fase 5: Elaboración de la propuesta

Al obtener los resultados de los respectivos instrumentos empleados se desarrollará el apartado de la propuesta, la que se fundamentará con teoría y las declaraciones de José Luis Mora, quien ha formado parte del Colegio de Periodistas de Costa Rica, así como también es el director de la revista Industria, dando a conocer la importancia de generar la propuesta.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el presente capítulo se presentarán los resultados obtenidos mediante los instrumentos desarrollados: análisis de contenido, entrevista y grupos focales, además se presentarán el respectivo análisis de los datos recolectados.

Tabla 2 Categorías y Subcategorías

Categoría	Subcategoría
I. Medios regionales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cobertura en medios regionales. 2. Información sobre Covid-19. 3. El Sol de Occidente (plataformas).
II. Utilidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Información. 2. Contenido de las noticias. 3. Zonas de cobertura.
III. Presentación de la información.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formato 2. Información de la cobertura,
IV. Propuesta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Propuesta de cobertura 2. Periodismo de soluciones. 3. Crisis nacional.

Nota: Elaboración Propia

El análisis del contenido publicado por el medio El Sol de Occidente de la cobertura de la crisis provocada por la nueva enfermedad Covid-19, se realizará por medio de tres instrumentos, entrevista a la periodista Anyelin Campos, quien es la encargada de realizar la cobertura del Covid-19 para el medio. Entrevista cuyo objetivo es conocer a fondo el proceso de trabajo detrás de la cobertura que los consumidores obvian al leer las notas publicadas en la página del medio.

Al tener un mejor panorama del trabajo realizado internamente por el medio de comunicación, esto debido a que la información que se recolecta de esta entrevista brinda información de mejor calidad, se puede realizar un análisis más completo del contenido que se observa en la cobertura realizada, Así como la credibilidad que brinda el tener datos internos del medio como tal, no solamente el punto de vista de periodistas externos al medio de comunicación.

Además de profundizar en la entrevista, se hará uso de otros instrumentos como los grupos focales, un total de tres grupos focales conformados cada uno por cinco personas. El primer grupo focal será exclusivo para generar conversación sobre el tema con periodistas quienes cuenten con experiencia trabajando en medios de comunicación y que además hayan laborado en esta área en los últimos cinco años.

Asimismo, el tercer grupo focal, conformado de igual manera por cinco consumidores del medio de comunicación de la zona de Occidente, de diversas edades, estudiantes de distintas carreras y con diferentes empleos.

Quienes integrarán cada uno de los grupos focales deberán tomar en cuenta diferentes aspectos a la hora de generar conversación para realizar el análisis del contenido seleccionado para el mismo. Aspectos como lo son la precisión de la información, el titular de cada nota, la veracidad y claridad de la información plasmada en cada noticia, la calidad de las fuentes de las cuales se obtuvo los datos; entre otros aspectos que serán la base para la recolección de datos necesaria.

De igual manera, el tercer instrumento será el análisis de contenido como tal, análisis que se basará con la información obtenida de los instrumentos anteriores, la entrevista y los grupos locales, así como la selección de publicaciones o notas periodísticas que haya publicado el medio durante el periodo de marzo a junio del año 2020.

Unidad de análisis I Categoría I: Cobertura en medios regionales

Los medios de comunicación regionales son aquellos medios que como su nombre lo dice, cubren solamente una región de todo el territorio nacional, ya sea por medio de televisión, radio, prensa escrita o digital. Estos medios permiten a los ciudadanos conocer el acontecer no sólo nacional, sino regional, sobre los hechos que los afectan a ellos de manera directa.

En el caso de El Sol de Occidente, se define como un medio regional digital, ya que, desde el 2019 su periódico físico dejó de consumirse, por lo que su producción cesó. Además, desde el 6 de marzo del 2020 inició la cobertura relacionada al Covid-19, siendo el día en que salió el primer caso positivo en Costa Rica, una extranjera de visita en la capital del país.

En los grupos focales realizado con los periodistas, Jennifer Pazos, periodista de medios masivos como Teletica y Multimedios, Mario Taboada, periodista en Extra-Tv, Andrés Parra,

miembro fundador del diario digital El ciudadano, Sergio Araya, productor y presentador del programa radial En Otro Prisma y Ronny Gudiño, periodista en La República, destacaba el poco acceso a la información que en muchas ocasiones obtienen los medios regionales de parte de autoridades u organismos nacionales, lo que dificulta hasta cierto punto el generar contenido atractivo y de interés para el consumidor, no solamente informar por informar lo mismo que se consume en medios nacionales.

Sin embargo, en la entrevista realizada a la periodista Anyelin Campos, encargada de la cobertura del área de salud y por ende de la crisis provocada por la enfermedad Covid-19, menciona el acompañamiento que han brindado las autoridades respectivas a los medios de comunicación regionales, aspecto que anteriormente no se tomaba con la seriedad con que se hace en épocas donde se espera que las afectaciones de la pandemia hayan cesado.

Unas semanas después de que empezó el Covid acá en Costa Rica nos unieron a un grupo en WhatsApp por regiones, por ejemplo, hay un grupo en WhatsApp con todos los medios de Alajuela en el que estamos y también hay uno de presidencia donde se dan todos los comunicados oficiales de casa presidencial y del poder ejecutivo. El de medios regionales de Alajuela, tenemos exactamente en el mismo momento todas las informaciones. [...] Entonces en cuanto al acceso de la información, bueno al menos yo, no tengo nada de qué quejarme, la verdad cuando se han hecho consultas se ha pasado al aire, también a veces hay consultas que si no están dentro de la temática de la conferencia se remiten a un correo del Ministerio de Salud que nos permite como medio independiente hacer la consulta que nosotros tengamos específica. (Campos, entrevista de profundidad, 2020)

Asimismo, este hecho se evidencia en la redacción de notas como las presentadas en el apéndice (*Véase ilustraciones 1 y 2, p.*) cuya fuente principal de información son entidades a nivel nacional, algunas de las cuales se ven mayormente involucradas en mantener a la población actualizada sobre la situación que se vive en Costa Rica por el virus sars cov 2.

El medio regional se centra mucho en realizar coberturas a nivel nacional, siendo que su público consumidor no se trata de todo un país, sino de una pequeña parte de este, como es el caso de Occidente, como bien lo dice el nombre del medio de comunicación, El Sol de Occidente. En estas notas específicamente, y en muchas de las demás 48 analizadas, se observa cómo el interés por las afectaciones a la región de la cobertura queda en segundo plano, debido

a la inmediatez que deben tener los medios al realizar las publicaciones correspondientes de cada producto realizado.

Creo que en ocasiones los medios pequeños cometen el error de copiar o asumir que lo que hace el medio grande es el buen periodismo, cuando no es así; y, de hecho, en medios grandes también se ha tomado la mala costumbre de copiar lo que hace la competencia, sin probar antes si lo que hicieron es lo ideal o no. En medios pequeños hay mayor libertad para probar, para tratar de realizar enfoques distintos, hacer notas humanas y sin tener que hacer una réplica exacta de los datos; básicamente no dejarse vencer porque la agenda en los últimos meses es Covid-19 y nada más. Esta pandemia, como mencioné previamente, ha justificado la cantidad y la velocidad, en lugar de hacer propuestas distintas. Las mismas cabezas de los medios quieren comunicados exactamente iguales, pegados en el sitio, y por eso vemos mucha información exactamente igual. (Gudiño, grupo focal, 2020)

Estas declaraciones de Gudiño, desde su punto de vista, en su respectivo grupo focal fueron compartidas por los otros periodistas y en los demás grupos focales, como en el grupo donde los participantes eran consumidores del medio, Anthony Alpízar, de 22 años, estudiante de publicidad, Nazareth Mora, de 21 años, estudiante de Derecho, Rebeca Chaves de 21 años, estudiante de Dirección de empresas, Wilmer Morales, de 28 años, estudiante de terapia física y cajero en Más X Menos, Rodolfo Quirós, de 24 años, estudiante de ingeniería en mantenimiento industrial y agricultor, quienes llegaban a la conclusión de que al tratarse de un medio regional esperaban que la cobertura del Covid-19 abarcara más información referente a la zona de occidente o de su cantón de residencia como tal, y no más información la cual se consume en medios de comunicación masiva, o medios tradicionales como son conocidos.

A pesar de la poca identidad regional que posee el medio según se destacó en repetidas ocasiones, los mismos consumidores sí rescataron la labor realizada por el medio de ejecutar una cobertura centrándose en el lado positivo de las noticias, que si bien se pudo realizar menos réplica exacta como mencionaba Gudiño, se centraron en destacar aspectos positivos que en medios regionales se producen de una manera más relacionada a los sucesos o el sensacionalismo, cualidad que según las declaraciones de Campos no van con la línea del medio.

Al menos en el medio El Sol de Occidente, nuestro medio tiene una línea editorial positiva y propositiva, tratamos de informar lo más posible de una forma positiva valga

la redundancia, ósea viéndole siempre el lado bueno a las cosas, nosotros no cubrimos sucesos, no cubrimos nada que tenga que ver con control de drogas ni nada de esos temas. (Campos, entrevista de profundidad, 2020)

De igual manera, Campos destacaba el hecho de cómo al ser un tema nuevo por tratar, del cual se encontraba poca información, una nueva enfermedad y siendo que la última crisis sanitaria sucedió hace aproximadamente 100 años, en las universidades no se enseña cómo cubrir una situación como esta de la manera más adecuada, ya que, no existen manuales, ni está escrito el trabajo que deben realizar los periodistas. Sin embargo, si aprendemos el cómo cubrir situaciones de terremotos o huracanes, que al menos son las situaciones más comunes en Costa Rica, por lo que el trabajo realmente solo se aprende a hacer desde lo que entra al gremio, la llamada ‘calle’, el salir, ir a reportar, hasta donde el aislamiento social por la pandemia lo permite, y conocer en persona lo que sucede.

Unidad de análisis I Categoría II: Información sobre Covid-19

Desde inicios de marzo del 2020, el medio regional inició la cobertura relacionada al Covid-19 en el país, esto debido a que hasta el momento no se habían detectado personas contagiadas por la enfermedad, no había casos positivos, y los mismos ciudadanos veían lejano el que la enfermedad llegara al país.

Desde que se confirmó el primer caso positivo a nivel mundial, muchos medios nacionales iniciaron la producción de contenido sobre los países con contagios, no obstante, fue hasta el momento en que se confirmó el primer caso dentro del territorio nacional, una extranjera de nacionalidad estadounidense, que medios más pequeños, como lo son los medios regionales, iniciaron su cobertura sobre la crisis que surgió a raíz del nuevo virus del cual no se conocía mucho en el momento, situación que no ha cambiado tanto como se esperaba debido a que continúan los estudios de su origen.

Al inicio de esta cobertura, muchos consumidores buscaban información referente al tema, si bien los primeros casos no se encontraban en la zona de occidente, si estaban atentos a cuando se pudiera dar el primer caso, por lo que el consumo de medios regionales, al menos en El Sol de Occidente incrementó, además del manejo de la información que el medio manejaba, como comentaba Campos, lo fue la confirmación del primer caso en el cantón de San Ramón, principal consumidor del medio.

Como nosotros cubrimos específicamente occidente, estábamos muy a la expectativa del momento del primer caso de la zona. [...] Empiezan los rumores, porque como hay tanto tabú generalmente uno se empieza a enterar por la gente, y me empiezan a preguntar si es cierto que ya se confirmó un caso en San Ramón, en ese momento me lo confirmó el director del hospital de San Ramón, una fuente confiable. Importante es que esa información salió después de entregar el corte del día a la caja, entonces la información salía en conferencia hasta el día siguiente, consulté con la dirección del medio y me dieron bandera blanca para publicar la primicia y tuvimos una ola de reacciones negativas, pienso que fue por el miedo que había al inicio. [...] Como todas nuestras notas van firmadas, en ese caso era mi firma, el director de la caja a nivel de San Ramón me llamó para de cierta forma regañarme por publicar una información que el Ministerio de Salud no había confirmado, porque nadie fuera de la conferencia tenía permitido de dar declaraciones. Y cuando al día siguiente el ministerio confirmó que no solo había uno, sino dos casos en el cantón, las olas negativas bajaron y siguió el trabajo normal. (Campos, entrevista de profundidad, 2020)

Es común observar cómo los medios de comunicación siempre buscan tener la primicia de la información, sin embargo, no siempre se obtiene el mejor resultado, como fue el caso mencionado. Son pocos los casos que reveló el análisis del contenido de la página, en los que se trabaja la información cuya idea central gire en la región occidente y no a nivel de todo el país, como se esperaría que se abarque la información para generar contenido atractivo, el cual sea de interés para los lectores del medio.

Anthony Alpízar, consumidor del medio, comentó en el grupo focal que al consumir un medio regional busca conocer el acontecer de su cantón, aún más con la crisis por Covid-19, no busca información que puede obtener en el inicio de sus redes sociales porque todos lo ven y consumen por ser medios grandes, si no que busca aquella información que podría llegar a influir directamente en su entorno diario, el cómo están manejando los casos positivos en el país, como afecta a la economía ramonense, al tránsito, las nuevas ubicaciones de las paradas de buses para no hacer multitudes, aspectos a los que se enfrenta en su día a día y no información que puede obtener en cualquier lugar opinión compartida entre todos los participantes.

La identidad regional de los medios de esta índole es la que debería forjar el camino que el medio debería seguir, sin embargo, como se ve en lo expuesto en los diversos grupos focales, y además con el análisis del contenido, en muchas ocasiones, por distintos factores, la

cobertura se realiza como si estuviera planeada para un medio tradicional o un medio grande, no un medio el cual informa a su población, como se observa en los anexos (*Véase ilustraciones 3 y 4, p.*)

La cobertura realizada sobre el Covid-19 trata muchos temas generales a nivel país, que, por supuesto son importantes de comunicar porque de alguna manera u otra afectan a la zona de occidente, sin embargo, se presentan temas como el que se refleja en la segunda imagen, los cuales se podrían realizar desde un enfoque más regional, un enfoque como el de la siguiente imagen. Un enfoque el cual se centra en la educación de la zona de occidente, un enfoque más regional. Estos datos atraen el interés del pueblo ramonense a consumir aún más el medio, esperando más información de este tipo. (*Véase ilustración 6 p.*)

Como además mencionaba Campos, en la entrevista realizada, el acceso a la información referente al virus, de parte de las autoridades se ha dado de buena manera y de modo en que todos los medios logran obtener la misma información. En ese caso, es responsabilidad del periodista y del medio publicar lo mismo que hacen los demás medios y lo que se consume en la conferencia de prensa; sino adaptar la información a lo que interesa al público consumidor y además presentarlo de una manera atractiva, ya que, como además mencionan en el grupo focal los consumidores de este, al presentar el mismo formato de información hecho por las autoridades disminuye la movilidad del público en las plataformas del medio de comunicación en general.

Otro aspecto a considerar dentro del tratamiento de la información son los formatos en que la presentan o bien, la escasez de estos, ya que, pareciera ser que el medio se especializa únicamente en realizar notas informativas, desarrolladas casi en su 100% en texto, en la mayoría de los casos, sin explotar los beneficios que se obtienen al ser un medio digital, como herramientas audiovisuales que pueden utilizar, así como explorar con más formatos de redacción, como entrevistas, reportajes, entre otros. Este tema se trató dentro del grupo focal tanto de periodistas donde Andrés Parra, director del medio regional El Ciudadano, Ronny Gudiño, periodista de la República, quienes llegaron a la misma conclusión, la cual describe Gudiño de la siguiente manera:

Yo entiendo que por lo general los medios de comunicación regionales son, por lo general, los que menos presupuesto tienen a la mano, pero sí considero que se están dejando varios formatos de comunicación periodística como lo son las entrevistas, o trabajo investigativo. Si quieren, un ejemplo claro de lo que estoy hablando, siempre se

puede tomar como referencia La Voz de Guanacaste, que para mí gusto, está entre los mejores medios regionales del país. (Gudiño, R. grupo focal, 2020)

Lo mencionado por ambos podría ayudar a que la cobertura del medio de comunicación no solamente se amplíe, sino que además genere contenido diverso y atractivo, si se genera con el enfoque adecuado para lograr el efecto esperado y así obtenga más de apoyo de parte de los ciudadanos de occidente, y no solo de un par de cantones, como ejemplifica Parra, quien reside en el cantón de Naranjo y sin embargo, solamente había escuchado mencionar el medio, pero no lo conocía, lo que lleva a suponer que es debido a la misma falta de identidad.

El enfrentarse a una nueva enfermedad por un nuevo virus, el cual es aún más grande que un simple virus, enfrentarse a realizar la cobertura en medio de una crisis provocada por una pandemia de una enfermedad cuya mejor cura es el distanciamiento físico, es un reto, ya que, no se conoce mucho del tema, sin embargo hay muchas opciones de las cuales se puede obtener información y brindarle el enfoque adecuado para realizar un trabajo diferenciador de lo demás, que se consume a nivel nacional y porque no, cubra temas fuera de nuestras fronteras.

Unidad de análisis I Categoría III: El Sol de Occidente (plataformas)

Como todo medio de comunicación, desde que la era digital llegó, El Sol de Occidente cuenta con varias plataformas digitales, incluyendo redes sociales, las cuales son utilizadas para transmitir la información que recolectan y convierten en textos informativos a la población consumidora. Las plataformas utilizadas por el medio son su página web <https://elsoldeoccidente.com/enlinea/>, y sus redes sociales, Facebook, Instagram y Twitter, en las cuales sale como El Sol de Occidente con su característica imagen que incluye su nombre.

Durante la entrevista a Campos, realmente no se trató a fondo aspectos como las plataformas del medio como tal, la periodicidad con la que publican o la administración de estas, sin embargo, fue uno de los temas más fuertes a tratar entre Parra, Taboada, Pazos, Gudiño y Araya en su grupo focal, ya que, para ellos la labor dentro de estas plataformas cancelan cualquier intento de buena producción que pueda realizar el medio con respecto a la producción de su contenido informativo.

Anthony Alpízar, estudiante de publicidad, además hace un llamado a la imagen como tal del medio, independientemente de la plataforma en la que se encuentre, ya, que todas estas cuentan con la misma imagen, en algunas ocasiones un poco más ligera a primera vista por la configuración de la plataforma donde se encuentre, pero la misma imagen, de la cual se

mencionaba lo poco que comunica al consumidor y a la competencia, ya sea por la falta de relación con el nombre o por el propósito del negocio, el cual es informar.

Realmente el medio con esa imagen no me está diciendo mucho si no es que nada del todo, un medio no puede pretender que genere visitas o interacción si no comienzan con tener una imagen que se relacione en algo con el trabajo que ahí se hace, con el comunicar. ¿Un medio cuya imagen no comunica es capaz de cumplir con su trabajo de manera exitosa? De nada vale que se haga una buena redacción y producción de las noticias si no se comunica desde el inicio del medio. (Alpízar, A. grupo focal, 2020)

De igual manera, el periodista Mario Taboada, resaltaba que se observa mucho desorden en el sitio web del medio, el menú de opciones cuenta con exceso de botones, y algunos hasta innecesarios son. (*Véase ilustración 8. p.*)

Asimismo, como Alpízar mencionaba en su respectivo grupo focal, todo comunica, aún más en un medio de comunicación. Se planteaba, además, la opción de modificar el formato de la página por esta razón, teniendo muchas opciones más de acomodo del menú, así como también el espacio perdido por el tamaño en que la publicidad aparece en la plataforma, haciendo el diseño de esta más grosero para la vista de quien entre a este.

El análisis del contenido, en esta ocasión de las plataformas específicamente, demostró el poco atractivo que estas tienen, al no poseer ni una línea gráfica muy definida, como es el caso del Instagram.

Además, si bien se realizan publicaciones de manera seguida, estas no ocurren de manera diaria, por lo que podría no tener el efecto esperado en la población que se informa desde las redes sociales y solamente ingresa al sitio web para leer la nota que les apareció al inicio de estas plataformas, independientemente de cual plataforma se trate. Si de la página web hablamos, se realizan varias publicaciones diarias, las cuales no se están tomando en cuenta para las publicaciones en redes sociales.

Jennifer Pazos y Andrés Parra concuerdan con la opinión de Alpízar, quienes además agregaron a la conclusión, el mal uso de colores para el medio, ya que, además de ser el color más empleado en la actualidad para negocios de esta línea, desde el punto de vistas de quienes compartían opinión, lo que el medio transmite coincide con lo que se relaciona al color escogido por el medio, menos aun siendo lo primero que el consumidor observa.

Además, algunos consumidores concordaban sobre la poca importancia que ellos observan le da el medio al uso adecuado de estas plataformas, debido a que, según comenta Wilmer Morales, hay un mal manejo y descuido en aspectos como la imagen, ya que, desde que el consume el medio, no recuerda que la imagen se haya actualizado en ninguna ocasión.

Al descubrir tantas críticas respecto a la situación visual del medio y uso actual de las plataformas que disponen, queda claro que el medio se centra más en la producción de contenido como tal que en la publicación de estas, lo que puede llegar a dar una imagen errónea a la que el medio busca transmitir, influyendo inclusive en el positivismo que mencionaba Campos como

la línea por la cual se maneja el medio, realizando su labor informativa bajo una “búsqueda de calma y esperanza para los lectores del Sol de Occidente”.

Unidad de análisis II Categoría I: Información

La segunda unidad de análisis, utilidad, se centró en el análisis detenido de la información plasmada en las notas realizadas por el medio de comunicación, y por supuesto de lo compartido por cada participante de cada uno de los tres grupos focales.

Un aspecto importante detectado es la titulación que realiza el medio, se observan títulos informativos, los cuales son de gran extensión en su mayoría, extendiéndose inclusive a más de siete palabras en muchos de esos casos, cantidad recomendable como máxima para títulos en notas informativas.

Muchos de esos titulares si bien son informativos como se supone debería ser, detallan toda la información importante en ellos, provocando que con solo leerlo no haya necesidad de entrar a la nota porque ya se informó al consumidor, en lugar de resumir la nota para que este deba entrar a leer y genere los llamados clics en la página, la interacción entre el medio y el consumidor.

Este es un aspecto en el cual se centró Sergio Araya en el grupo focal del cual formó parte, Araya como periodista por más de 18 años en el área radial se encuentra familiarizado con la síntesis en los titulares para que estos sean atractivos, por lo que su reacción es comprensible al analizar los titulares de la cobertura sobre el Covid-19, una época donde la rapidez de lectura lo es todo para generar interacción y hacer que el lector se quede en el medio leyendo.

En relación con los títulos tiene varios problemas entre los que destacan la ambigüedad en la redacción, el tema que se trata a pesar de ser conocido, no se menciona, solo en uno, y no se puede pensar que los demás saben de qué estoy hablando. (Araya, grupo focal, 2020)

Entrando en el ámbito de información con respecto al cuerpo de las notas y como se puede evidencia en el titular de la imágenes, ambas notas cuentan con temáticas diferentes, una de las notas corresponde al reporte epidemiológico nacional del día en que se publicó la nota, la cual es una copia del comunicado de prensa escrito del mismo día, con la infografía compartida por el Ministerio de Salud en su momento con el avance de la enfermedad en el país, en cuanto a casos nuevos, fallecidos, hospitalizados, etcétera. (*Véase ilustraciones 9 y 10. p.2*)

Por otro lado, la segunda imagen se refiere a una nota sobre el cese de los eventos masivos en el cantón de San Ramón y Palmares. La nota se realizó de manera que la información se entiende a la primera, además de generarse de manera especializada en la región, ya que, podría realizarse de manera en que se menciona que se cancelan los eventos masivos en todo el territorio nacional; sin embargo, la nota es un buen ejemplo de la identidad del medio de la cual tanto se habló en los grupos focales.

Otro aspecto importante que se vio en la información y que se mencionó en la unidad de análisis anterior, es el formato en que se realizan las notas, de las cuales todas las notas analizadas para efectos de la investigación se tratan de notas informativas, por lo que toda la información se presenta de la misma manera.

Araya al laborar en un medio en el cual los cambios mal planteados no son tan factibles, como lo es la radio, concuerda con el desperdicio de herramientas que hace el medio al no abrir las puertas a otros formatos como lo son reportajes, entrevistas, columnas de opinión inclusive, del cual formen parte los ciudadanos para conocer su punto de vista, en este caso del acontecer y actuar en el país como consecuencia de la crisis sanitaria que se vive desde marzo de 2020 y las repercusiones que esta podrían tener en la zona de occidente.

Igualmente, se dan notas con información que se puede considerar interesante para cualquiera que la lea, como es el caso de la nota a continuación, donde se evidencia una estrategia donde el tipo de información se podría incluir dentro de la identidad del medio como información valiosa, curiosa y en la cual los medios tradicionales no se concentran tanto,

información que apela al periodismo de soluciones al consumidor en época de crisis, en el caso de los cierres de negocios por la pandemia provocada por el virus. (*Véase ilustración 11. p.*)

La nota desarrolla el tema de la salud física y como la pandemia llegó a afectar a quienes asistían regularmente a centros de ejercicio o gimnasios y cómo debieron buscar o crear alternativas para mantener su estado físico en condiciones óptimas, necesarias para reducir el riesgo de llegar a contagiarse. Esta información en el cantón de San Ramón resulta útil debido a la gran cantidad de personas preocupadas por mejorar su estado de salud física.

De igual manera la próxima imagen muestra una nota la cual se basa en un estudio sobre la cantidad de agua que consumen los costarricenses mientras se vive la pandemia consecuencia de la crisis sanitaria, ya que, el tiempo que se está en casa se multiplicó gracias a los cierres de oficinas, centros de trabajo, distanciamiento social entre otros. Si bien es cierto siempre se ha conocido la importancia del agua para múltiples acciones dentro de la cotidianidad del ser humano, la nota hace un llamado a la población a concientizar sobre el uso de este importante elemento del cual dependen los seres humanos para sobrevivir. (*Véase ilustración 12. p.*)

En el desarrollo de los grupos focales se evidenció que no toda la información que el medio llegó a desarrollar se relacionaba con los reportes emitidos por las autoridades en las respectivas conferencias y comunicados de prensa; publicando una copia casi exacta de estos en su página web, si no que algunas notas como las mencionadas anteriormente se salen de la línea de cobertura tradicional que se podría consumir en cualquier otro medio, de manera que se genera como ventaja para el medio analizado, ya que, mucha de estas notas en muchas ocasiones se centran en información de la zona occidental del territorio costarricense, zona de la cual es el público consumidor del medio.

En muchas ocasiones la información copiada, con todo e infografías en algunas ocasiones, evidencia lo que muchos medios realizan por falta de investigación, creatividad o inclusive falta de tiempo al presentar la información de la misma manera en que lo hacen las autoridades, sin siquiera revisar a fondo que lo que se está publicando tenga coherencia, se encuentre redactado con claridad, precisión y objetividad. Que no vaya a ser que por falta de compromiso por parte del medio al cumplir con la inmediatez, se pase un artículo de opinión como nota informativa, firmada por el medio.

Al realizar un análisis en cada grupo focal se termina de confirmar que el medio en un gran porcentaje de sus notas copia el comunicado sin realizarse modificaciones para que la cobertura se centre en informar a la población y no como mencionaba Nazareth Mora,

estudiante de la carrera de derecho, “un medio regional para cubrir el acontecer de todo un país.” Mora, N. (2020).

La información se vuelve genérica, por ende, la cobertura no evidencia resultados positivos. Lo que se observa en un gran porcentaje de las notas es más copia de la que ya se encuentra en cualquier medio nacional, muy posible también en medios internacionales, los cuales obtienen la información con facilidad, ya que, vienen de parte de las autoridades encargadas y responsables de velar por el bienestar de las y los costarricenses en el caso de la pandemia por Covid-19.

Sin embargo, al avanzar con el análisis de contenido se rescatan notas como la que se observa en seguida, la cual definitivamente evidencia lo que sucede en la zona, en este caso específico, de San Ramón, mostrando a la población que existe interés en dar a conocer los trabajos que la municipalidad realizaba en su momento para asegurar el máximo bienestar posible de la población ramonense. (*Véase ilustración 13. p.*)

El tratamiento de la información es tan necesario como la claridad de esta al redactarse para publicarse. Si se realizará un análisis general, poco profundo, se podría decir que el medio no realiza trabajo de campo, pero este no es el caso, se encuentran notas que en medios tradicionales se ven muy poco, porque estas presentan la información desde el lugar, como realmente sucedieron, aspecto que comenta Nazareth Mora, estudiante de derecho:

La verdad yo consumo medios más pequeños, medios independientes, regionales, por la objetividad que me dan, me enseñan la realidad de lo que sucede, como las manifestaciones que se dieron a en la cabecera del cantón de San Ramón, manifestaciones pacíficas contra el acoso callejero y el femicidio. Son medios que me enseñan con ojos propios lo que pasa en San Ramón, no son medios que publican lo que ellos ven desde sus lugares de origen que sucedió en San Ramón, distorsionando muchas veces que la información sea a su favor, o porque el mensaje transmitido se descodifica y no llegó como debería haber llegado a su receptor. (Mora, grupo focal, 2020)

Declaraciones como estas presentan las bases para que la información que publica el medio en cada una de sus plataformas se logre realizar de manera adecuada para un medio de comunicación de su índole, información que el ciudadano lector busca para informarse de una manera más completa al conocer más a fondo lo que sucede en su entorno.

Unidad de análisis II Categoría II: Contenido de las noticias.

La información se puede recolectar para publicarla, pero no toda, al contrario, se añade a la redacción de las notas lo cual se convierte en extremos, a los cuales no es bueno llegar en ningún aspecto. Un dato considerado por Rebeca Chaves, estudiante de dirección de empresas, relacionado a lo incluido en las notas, es la falta de contenido gráfico o multimedia dentro de estas, aún más que los medios se encuentran en constante disputa por atraer la atención del consumidor de maneras más atractivas y sin tener que apartar más de un minuto para leer.

En ocasiones para generar ese enganche con quienes consumimos el medio es que ponen muchas imágenes en una sola noticia, pero son imágenes que están como de relleno porque no me dicen nada, o incluyen los gráficos que subía la caja que ya de por sí venían borrosos. Yo paso ocupada, por eso me gusta que la noticias traigan algo que me ayude a informarme sin necesidad de tener que leer absolutamente toda la nota, a veces las hacen muy largas y la información que buscaba hasta el final, pero me canso de leer tanto sea en el teléfono o en la computadora. (Chaves, R. grupo focal 2020) (*Véase ilustración 14. p.2*).

Durante la recolección de datos y el respectivo análisis de estos se vuelve a las mismas conclusiones ya mencionadas porque el medio como tal genera muy poca variedad de la cual se pueda obtener información diferente y valiosa para el análisis. Sus notas caen en el mismo proceso en repetidas ocasiones, lo que cambia es la información publicada en las notas, de igual manera la cobertura del Covid-19, ya que, esta es muy similar, no hay mucha variación de lo que los periodistas conocen y saben hacer, lo que está plasmado en las publicaciones del medio.

Nazareth Mora, estudiante de derecho, es creyente que dentro del contenido de un medio regional se deben dar soluciones a la población pues un medio regional comunica lo que sucede. Mora se plantea la posibilidad de que parte del contenido se enfoque en buscar alternativas para el ciudadano, un claro ejemplo es la nota anterior referente a la búsqueda de alternativas para quienes asistían a gimnasios o centros de ejercicio, claro que ese ejemplo es a nivel nacional, más si se enfoca en la región se generaría contenido más agradable y por ende mayor consumo.

Un medio regional no se puede quedar solamente con lo que las autoridades le brindan, debe salir a buscar, investigar entre el interés de los ciudadanos cuáles son aquellos temas de los cuales desean informarse en lugar de generar siempre el mismo contenido. Como ejemplo, los productos que no combaten el Covid para evitarlos. (*Véase ilustraciones 15 y 16. p.*).

Además, el análisis de contenido revela que efectivamente el medio de comunicación si es capaz no solo de generar contenido diferenciador, lo cual es para su beneficio y crecimiento, si no que la presentación y el formato de ese contenido es la misma en cada publicación, por lo que el contenido se ve limitado al formato que el medio posee como predeterminado. Sin embargo, mantiene su esencia de ser un medio positivo.

El contenido que se observa en las notas es el de una temática que se mantiene fiel a su origen, razón por la cual surge el medio, que es generar información positiva. Contenido como el de las imágenes detalladas a continuación y muchas más, son las que a pesar de no tener su identidad regional la cual genera el suficiente contenido de esta índole tan desarrollada, si genera el contenido que va acorde con la línea del medio. (*Véase ilustraciones 17, 18 y 19. p.*)

Sin embargo, si se llegan a encontrar notas, que, si bien no son realizadas para que se etiqueten como sucesos, poseen realmente poco contenido positivo y se basan simplemente en informar, como el contenido de las notas realizadas para dar a conocer el reporte epidemiológico a nivel país. En algunas ocasiones también a nivel del cantón de San Ramón o inclusive con contenido limitado a la provincia de Alajuela. No obstante, dentro de las notas informativas, si es posible encontrar rastros del periodismo de soluciones el cual da opciones al pueblo, como la elaboración de nuevos puestos de trabajo, que no son solo para ayudar al crecimiento de la zona, sino para el beneficio de los ciudadanos de occidente.

Unidad de análisis II Categoría III: Zonas de cobertura

Los medios de comunicación regionales son aquellos medios que cubren una región específica dentro del territorio nacional. En el caso de El Sol de Occidente, y según sus plataformas digitales, conforma la cobertura de la zona de occidente, específicamente los cantones de la provincia de Alajuela: San Ramón, Palmares, Naranjo, Zarcero, Grecia, Sarchí, Poás, Atenas y el cantón central de Alajuela.

A pesar de tratarse de un medio regional y poseer su delimitación de alcance realizado, la cobertura que el medio comprende no abarca a todos los cantones mencionados cuando el contenido es a nivel regional, porque de manera contraria, la cobertura se realiza de manera general, con el mismo contenido que los demás medios de comunicación ofrecen.

En la entrevista realizada a Anyelin Campos se evidenció que al menos ella como periodista del área de salud se centra principalmente en los cantones de San Ramón y Palmares. El primero por ser el cantón donde se encuentran las instalaciones del medio, por lo que la

influencia del cantón sobre el medio es mayor a la que podría tener Poás, por ejemplo, y Palmares por la cercanía que tiene con San Ramón, además de los estrechos lazos que existen entre ambos cantones. (*Véase ilustraciones 20 y 21. p.*).

Notas como estas son las más comunes de ver en el medio en cuanto a las zonas que se supone abarca la cobertura del acontecer regional, sin embargo, dentro de las cincuenta notas escogidas para la realización del análisis del contenido, no se encontraron notas que hablaran de alguna otra zona de occidente que no fueran estos dos cantones o la información general que afecta a todo el país.

Según la conversación desarrollada en el grupo de enfoque del cual participó Sergio Araya, se concluyó que un medio catalogado como regional le debe a su público 100% de la responsabilidad de informar lo que sucede dentro de su territorio, de lo contrario es mejor aclarar que el medio no cubre la zona de occidente, si no lo cantones específicos de Palmares y San Ramón.

Si el público meta es 100% regional, a pesar de tocar temas nacionales, como en este caso es el Covid 19, deberían especializarse o enfatizar en el cantón o cantones que son su público meta, no dejar de lado aquellas zonas más alejadas a sus instalaciones centrales, porque hasta con el mismo nombre del medio “de Occidente” se espera que se realiza una cobertura completa. (Araya, grupo focal, 2020) (*Véase ilustración 5. p.*).

El medio analizado detalla en sus redes sociales cuáles son aquellas zonas a las cuales llega la cobertura del mismo, mas no se ve información de la gran mayoría de estas zonas dentro de las notas que se observan en el sitio web del medio durante el primer semestre del año 2020, época en la que dio inicio la pandemia. En ocasiones, zonas lejanas al lugar donde se encuentran las instalaciones del medio pueden ser dejadas de lado por motivos de movilidad, ya que, al ser un medio regional, relativamente pequeño, no siempre se cuenta con el acceso con vehículos o con el dinero para poder trasladarse a cubrir realmente estas zonas.

Esta problemática podría representar un déficit de gran tamaño para el medio, empezando porque la cobertura del medio no se trata solamente de las zonas donde se encuentran los consumidores de este, si no de las áreas geográficas de las cuales el medio obtiene la información para poder realizar su contenido. Si se llegaran a encontrar notas de estos otros lugares descritos, no se permite comparar con la cantidad de notas de los dos principales cantones de cobertura; inclusive tampoco se compara con la cobertura de noticias

a nivel nacional que realiza el medio, aún menos la cantidad de notas referentes a la cobertura de la pandemia vivida por el Covid 19 en dichas zonas.

Luego se puede llegar a la conclusión del análisis realizado, que en el medio El Sol de Occidente se observa poca relación del discurso que buscan dar al público al ofrecerse como medio positivo y propositivo, el cual detalla los lugares a los cuales brinda cobertura, con el discurso que realmente se está generando al dejar por fuera áreas geográficas que no cuentan con la misma influencia sobre la zona de occidente como tal vez lo puede ser Grecia y lo que pueda en este cantón informarse sobre las afectaciones de la planta de Recope o de la Fábrica Nacional de Licores (FANAL); de igual manera las afectaciones de las obras en carreteras a realizarse para la nueva carretera San José-San Ramón.

Un claro ejemplo es el enfocar las notas observadas según las unidades anteriores sobre la nueva plataforma de correos para distribuir alcohol producido por la FANAL y enfocar la nota según el aumento de producción de este producto, desde la zona de occidente, para ayudar a combatir y prevenir los contagios por el Covid-19.

Inclusive, el mismo trabajo que han estado realizando áreas de salud de la zona de occidente, como el hospital Dr. Carlos Luis Valverde Vega en San Ramón referente a la detección y descarte de casos positivos contagiados por el virus sars-cov 2, los locales que han cerrado debido a la pandemia en los distintos cantones o la apertura del bosque del Niño ubicado en Grecia que bien puede ayudar a la población del cantón de la zona para reactivar el turismo, sin necesidad de ir a otras provincias para visitar este tipo de destinos recreativos.

Si bien es cierto, alguno de los cantones que se encuentran dentro de la cobertura del medio poseen otros medios de comunicación enfocados en informar para el cantón, como Tele Uno en San Ramón o Mi tierra en Grecia; medios que poseen en estos lugares una descripción y nombre visibles que no pueden olvidarse de informar sobre estas zonas.

Unidad de análisis III Categoría I: Formato.

Como ya se mencionaba con anterioridad, el medio El Sol de Occidente es especialista en generar notas informativas que cumplen con las técnicas necesarias como el aplicar la pirámide invertida donde la información responde las preguntas esenciales y se comprende de manera clara pero les falta variedad en cuanto a formato.

Entre los estudiantes avanzados que conformaban uno de los grupos vocales, surgían opciones en las cuales se podría inspirar el medio, generando contenido atractivo para que los

consumidores busquen leer, sea legible y que el factor diferenciador del medio se presente de una manera positiva. Uno de los ejemplos que ponía Mario Taboada es el medio La Voz de Guanacaste.

La Voz es un medio que ha sabido abrirse camino dentro del gremio de los periodistas y dentro de los medios con renombre del país, y continúan con su identidad regional, porque supieron explotar herramientas que el mismo periodismo nos habilita, como la creación de reportajes, entrevistas de profundidad e incluso convertirse en un pionero del fotoperiodismo en el país, porque son casi nulos los medios que desarrollan este formato dentro de sus contenidos. La Voz encontró su sello diferenciador y ha logrado hacer que el país entero se dé cuenta de que el medio existe y que vea el trabajo que están haciendo. (Taboada, M. grupo focal, 2020)

Con un ejemplo tan claro como el de La Voz de Guanacaste, no supondría un reto muy complicado el poder desarrollar el elemento diferenciador que haga destacar al medio, aún menos con el factor innovación que muchos periodistas jóvenes desarrollan constantemente. Sin embargo, este solo se enfoca en la creación de noticias informativas no muy extensas, pero claro, ese aspecto depende de la información que se recolecta. Esto limita desde la producción el contenido, hasta la oportunidad del medio de abrirse camino y ganar credibilidad.

Hay muchos temas desarrollados dentro de la cobertura del medio sobre el Covid-19, los cuales por el tipo de tema que representa se podrían mostrar en otro formato distinto; si bien se entiende que necesitan generar contenido, pueden encontrar varias notas relacionadas al tema sin dejar de lado la opción de innovar. Un claro ejemplo de posibles temas es el de los vuelos de repatriación y toda la información referente a esto, información que se pudo adaptar a un reportaje o una serie de ellos, no solamente notas. (*Véase ilustraciones 22 y 23. p.*)

Sí hay información, y más de la necesaria para iniciar un desarrollo más extenso y diverso de formatos como el ejemplo planteado. Hay muchos otros que poseen el potencial para convertirse en el sello diferenciador del medio. Andrés Parra, miembro fundador del medio digital El Ciudadano menciona:

Un medio de comunicación no puede ser tan mediocre de quedarse dentro de la zona de confort en su cobertura, no si lo que el medio quiere es crecer y darse a conocer en el área de la comunicación, pero darse a conocer por el excelente trabajo y la variedad de este y no por ser un medio que prefiere quedarse en la zona de confort dejando ir oportunidades únicas. (Parra, A. grupo focal, 2020)

No es una mala oportunidad para incursionar en la era digital con formatos de esta índole, no sólo quedarse con los formatos tradicionales, sino actualizar un poco las herramientas; generando podcasts, vídeos y contenido multimedia, más allá de solo añadirlos a las notas para acompañar o rellenar, sino generar la información en un formato nuevo para el medio, pero atractivo y actual, sin dejar de lado la identidad, la línea de estilo que ya posee el medio de comunicación.

Las redes sociales son plataformas enriquecedoras para generar contenido gráfico, no solamente escrito. Con el uso adecuado de estas se podría llegar a desarrollar la información de manera que atrape aún más a la comunidad consumidora del medio, el cual al transferirse a plataformas digitales casi en su totalidad, no se estarían desperdiciando, ya que, una mayoría de estas son gratuitas. Como el generar podcast para publicar audios e informar en plataformas como Spotify, o con video, tanto Instagram como en Facebook. Tales redes poseen herramientas para generar entrevistas en vivo, subir videos o cortos informativos en los reels de Instagram, siendo estos últimos destinados a un público más joven.

Con el acceso al internet y a plataformas digitales de manera gratuita, las opciones para generar contenido en formatos no tradicionales aumentan a más de un cien por ciento de probabilidades de generar más seguidores y por consecuencia más público consumidor. Un medio digital regional no es solamente para que el señor de la pulpería lo consuma, en la actualidad muchos jóvenes y profesionales buscan informarse por medio de otras opciones diferentes a las tradicionales por comodidad y falta de tiempo, como mencionaban Mora y Chaves en el grupo focal del cual fueron partícipes.

Chaves hacía énfasis en cómo elementos como vídeos pequeños le ayudaban a mantenerse informada con el poco tiempo que tiene disponible, sin necesidad de estar del todo pendiente del celular para poder leer con claridad. Mientras que para Mora, el informarse en medios pequeños era una prioridad, ya que, los medios grandes han ido perdiendo el apoyo de muchos ciudadanos al dejar de lado en muchos casos la veracidad que para ellos es fundamental o dar prioridad a temas que no son de su interés, olvidando otros más importantes para el país. Al encontrarse con situaciones como las descritas prefiere cerrar el sitio y buscar de donde más obtener información de su interés.

Unidad de análisis III Categoría II: Información de la cobertura.

En la entrevista, Anyelin Campos, periodista encargada de cubrir el tema del Covid-19 para el medio, deja muy claro lo satisfecha que se encuentra con el acceso a la información que

los medios regionales están teniendo en el momento de la pandemia. La información obtenida además de compartirse de manera precisa y clara ha sido información valiosa para medios de ese tipo como lo es El Sol de Occidente, información la cual inclusive ha sido capaz de responder dudas específicas que Campos ha tenido con respecto al tema.

La información referente al tema Covid-19 que mi persona pudo recolectar es información que como mencionaba todos los medios están teniendo al mismo tiempo, además es información de gran relevancia, porque cuenta con el respaldo de las autoridades respectivas que la están facilitando, por lo que cuenta con el elemento de la veracidad, lo que actúa como respaldo para el medio (Campos, entrevista de profundidad, 2020)

Además, la información que se logró obtener del análisis mostró que se trataba de información muy completa. Y cómo no serlo cuando además es la información que dan a conocer públicamente todos los días tanto en la conferencia de prensa que se realiza a mediodía como la información que se publica constantemente en todos los medios, o por lo menos en la mayoría de los medios de comunicación costarricenses.

Dentro de las notas analizadas se observó que efectivamente sí hay gran variedad de información y en muchas de esas notas la información está sumamente completa, es información sobre la situación país que se vive provocada por la pandemia del virus Covid-19 y se encuentra publicada de manera clara, concisa y por supuesto sencilla. Hay que recordar que al ser un medio regional existe un porcentaje de lectores que no cuentan con una escolaridad alta, por lo que ellos también deben ser capaces de comprender la información que se les está brindando. (*Véase ilustración 7. p.*)

Por otro lado, dentro de los grupos focales estudiados se puede confirmar como efectivamente lo mencionado sobre cuán completa está la información. Los grupos focales junto con el análisis del contenido realizado de notas como las que se ven arriba muestran la capacidad que tiene el medio para poder realizar contenido de calidad, sin embargo, no utilizan las reglas adecuadas para que esa información trascienda más allá de su zona de cobertura preestablecida.

Rodolfo Quirós, estudiante de ingeniería en mantenimiento industrial, destaca como el hecho de que todos los medios tengan la misma información no significa que todos, especialmente los regionales, estén publicando lo mismo, como hay medios que efectivamente sí se toman la labor de adaptar la información a un contenido atractivo, por supuesto bajo el

sello que define a cada uno de esos medios, claro ejemplo, La Voz de Guanacaste, mencionada en repetidas ocasiones dentro de los grupos focales.

Hay medios de comunicación que por quedarse con la cobertura regional de sus zonas respectivamente no buscan dar un paso extra hacia el éxito, medios regionales generalmente se conforman como crecimiento que tuvieron a inicio y del cual no despegaron. Este tipo de medios debería ponerse como objetivo dentro de su plan de crecimiento el poder llegar a generar una información especializada a nivel regional que además sea su sello diferenciador de los demás medios de comunicación tanto regionales como nivel nacional. (Quirós, R. grupo focal, 2020)

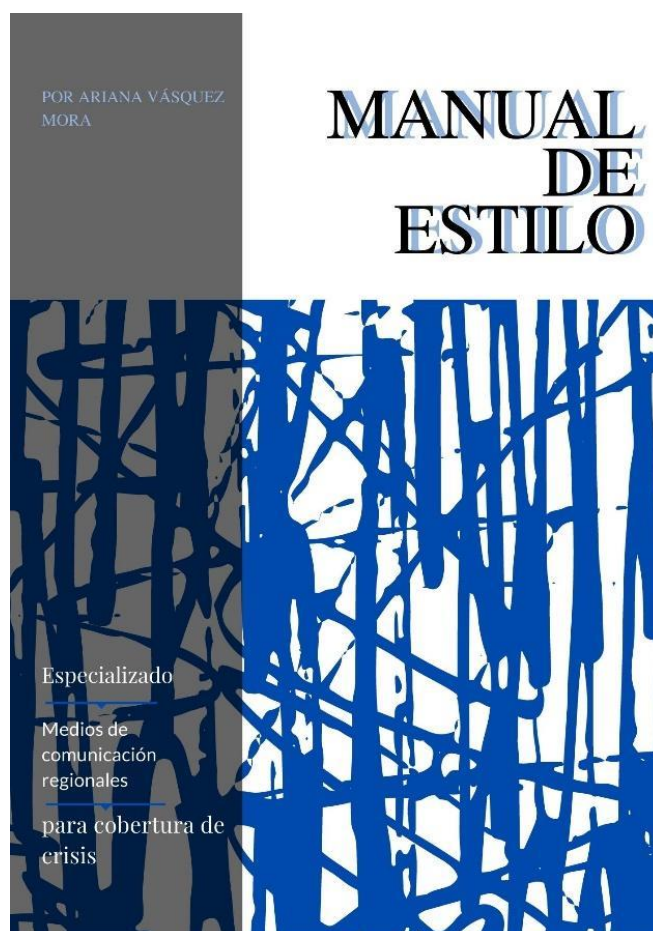
Cómo se mencionaba anteriormente El Sol de Occidente cuenta con notas un tanto singulares, las cuales considero, sobre el Covid-19 no se han observado de la manera que se hacen en este medio de comunicación. Si el medio lograra explotar esta cualidad que ha desarrollado podría empezar a generar información relacionada en este caso con la crisis sanitaria, la cual marque la diferencia y provoque que los lectores confíen cada vez más en este medio.

Además, en los grupos focales se desarrollaron posibles ideas de cómo medios de esta índole podrían llegar a desarrollar esta información obtenida por todos los medios, inclusive también por personas no dedicadas al área y cómo eso afecta de manera positiva al medio de comunicación mismo, ya que, la información actual que se observa a nivel nacional sobre el Covid 19 es muy similar tanto en formación cómo en formato y presentación. (*Véase ilustración 24. p.*)

Es por esta razón que la información recolectada se centrará en la realización de un manual de estilo, el cual se caracterizará por ser de carácter especializado para medios regionales. Esto con el objetivo de poder levantar esta rama de la comunicación y dar apoyo a los pequeños grupos de profesionales en comunicación a los cuales el manual va a ser de ayuda, aunque se trate de un manual de estilo general.

El manual se va a enfocar en el desarrollo de contenido para la cobertura de crisis a niveles nacionales, trátase de crisis sanitarias como la vivida por el Covid19 o crisis de otra índole y así sea de gran utilidad para los periodistas a quienes realmente no se les instruye el cómo cubrir situaciones de esta magnitud.

En la parte de imagen, la propuesta contará con una portada la cual indica el nombre del manual, su propósito y público al que va dirigido, así como el nombre de la creadora del manual. De esta manera, al crearse una portada, se estableció una guía gráfica para mejorar visualmente el manual y de esta manera facilitar la lectura a aquellas personas que utilizarán esta herramienta en su trabajo diario, así como la credibilidad que esta línea puede brindar al manual.



La misma Anyelin Campos también menciona que a ella nunca se le enseñó que existe una manera adecuada para la cobertura de este tipo de eventualidades; solamente se cuenta con lo que profesores y periodistas con años de experiencia cuentan sobre la cobertura de fenómenos que afectan al país.

Realmente yo no recuerdo que en la universidad nos hayan preparado para llegar a cubrir una crisis sanitaria como es la que se vive por el coronavirus, y no existe, hasta donde yo sé, un manual el cual nos dé las bases para ir a cubrir temas de este tipo. De igual forma el periodismo se hace en la calle, el periodismo se hace yendo a realizar la cobertura, el periodismo no se hace sentado, no se hace leyendo un manual, pero por

supuesto no está de más tener una ayuda que brinde bases, porque al menos la última eventualidad de este tipo se dio hace 100 años, entonces no se había desarrollado ningún manual con el que se cuente, tal vez los profesores nos pintan una imagen de cómo puede resultar una cobertura de alguna situación atípica, pero no una crisis de este tipo que ellos hayan vivido. (Campos, entrevista de profundidad, 2020).

Ante la falta de conocimiento por tratarse de un tema nuevo, el realizar una cobertura sobre un Covid-19 se vuelve una experiencia de la cual se debe estudiar y aprender diariamente. La presentación del manual de estilo se va a desarrollar para que su comprensión y su lectura se den de forma natural y sencilla; de esta manera los periodistas no deberán pasar tiempo de más en un documento, sino que pondrán en práctica aquello que la calle les enseña y de tal manera puedan complementarlo con las recomendaciones descritas en el manual de estilo.

Unidad de análisis IV Categoría I: Propuesta de cobertura.

Una propuesta es una idea que se plantea a otros para que sea puesta en práctica; por esta razón y ante el déficit observado en los medios de comunicación en aspectos básicos, adquiere suma importancia la titulación que se formula en una propuesta para la cobertura de crisis a nivel nacional para medios regionales.

La propuesta a desarrollar se trata de un manual de estilo, una guía que acompañe al periodista en la cobertura de futuras crisis. El manual se complementa con todo lo aprendido en el campo de trabajo al momento de realizar coberturas relacionadas al área de la salud y fenómenos que generan afectaciones negativas tanto en el territorio nacional como en los ciudadanos quienes de una u otra forma se ven afectados por este fenómeno. Además, funciona como herramienta para situaciones extraordinarias donde se vea comprometido el bienestar y la seguridad de los ciudadanos del territorio nacional a quienes no se prepara en las aulas.

Un manual de estilo es la propuesta ideal a realizar; se evidenció que el medio sigue muchas de las normas de redacción sobre notas informativas y reglas básicas necesarias para el buen desarrollo de los trabajos. También se observó que hay algunas en las cuales destacan deficiencias. Si un medio no sabe realizar un correcto tratamiento de la información, significa que la cobertura previa para obtener la información tampoco fue adecuada y el resultado lo van a observar los consumidores del medio.

José Luis Mora, director de la revista *Industria* y profesor universitario resalta la importancia de que todos los medios de comunicación cuenten con un manual de estilo que les sirva de guía en la labor periodística.

Para empezar, soy uno de los que como profesional en comunicación y por mi carrera, cualquier medio de comunicación pienso que debería tener un manual de estilo periodístico todos los medios de comunicación, no importa el tipo que sea, deberían tenerlo. ¿Qué es un manual de estilo? Representa una guía mediante la cual quienes trabajan en las salas de redacción de los medios puedan realizar actividades comunes integradas y que todo esto venga en beneficio de los públicos a los cuales se dirigen, ósea que quienes participan en estos medios sepan cómo hacer bien las cosas y que todos vayan en una misma dirección en el medio, tanto en los principios del idioma como en los procesos. Entonces en un principio yo sugiero, y siempre lo he dicho a todo medio de comunicación, que debería haber una guía o un manual de estilo periodístico, para que cada medio lo adapte a sus circunstancias, ya sea un periódico o un radio que tienen características diferentes en sus manuales. (Mora, J. Entrevista de profundidad, 2021)

La propuesta iniciará con una pequeña descripción para que el usuario lea el manual y no tenga la necesidad de revisar toda la investigación, logrando entender la herramienta a la perfección. Por este motivo también plantea objetivos a seguir para delimitar los pasos necesarios en la construcción del manual de estilo. Por último se incluirá un poco de teoría para entrar en contexto y así desarrollar el manual de estilo lo más adecuado posible.

Una vez realizada la introducción y planteada la portada, se desarrollará el manual por medio de pequeños subtítulos que abarcaran los datos que se consideran necesarios, iniciando por la titulación. En esta subcategoría se detallarán los pasos a seguir para poder realizar un uso adecuado de la titulación y que esta sea atractiva para el público consumidor, de igual manera, como se mencionaba en la presentación de dicha propuesta, se cuenta con una línea gráfica a seguir, la cual ayuda a la segmentación de cada subtítulo, así como la facilidad de comprensión.

Seguidamente y al igual que en la titulación, se van a desarrollar aspectos como el lead o entrada, el cuerpo de la nota y la correcta escritura de las cifras, entre otras categorías dentro de las áreas técnicas de la redacción de una nota. Además, se tocan aspectos como la parte

gráfica de las notas, aspectos de estilo y de cobertura básicos que se adaptan fácilmente a los establecidos por la línea editorial planteada en cada medio.

Unidad de análisis IV Categoría II: Periodismo de soluciones.

El periodismo de soluciones es aquel que le toma importancia al dar respuestas o soluciones a situaciones sociales. Pero también atiende los problemas en sí que provocaron estas situaciones, no solamente investigando las consecuencias de la crisis para las regiones afectadas y las consecuencias de la crisis para las regiones afectadas, sino investigando y buscando posibles guías que ayuden en un futuro a solucionar dichas repercusiones.

Muchas de las posibles soluciones que se presentan en ocasiones son a largo plazo, por lo que el consumidor no se plantea considerarlas, por esta razón, el periodismo de soluciones que se brinda en el medio debería ser más oportuno para el cantón, la región occidental del medio, tal como su nombre lo dice. Debe enfocarse en sacar estas zonas adelante, contribuyendo en más ciudadanos saliendo de sus hogares para poder tener mejores opciones de vida.

Un ejemplo de periodismo de soluciones es aquel que no solo llama a las autoridades a actuar, sino que también integra al consumidor a colaborar con sus vecinos, con los ciudadanos de su cantón, a ser solidarios para que todos puedan ver las soluciones realizarse de una manera ejemplar. Como en el siguiente ejemplo, el cual insta a los ramonenses para ser parte de un trueque solidario en beneficio de algunas familias en necesidad debido a la pandemia. (*Véase ilustración 25. p.*)

En muchas ocasiones son entidades ajenas a la comunicación colectiva las que se organizan para brindar soluciones, sin embargo, los medios de comunicación regionales funcionan como difusor de estas propuestas y despiertan el apoyo de muchos quienes hasta llegan a conocer muchas de estas organizaciones.

Rodolfo Quirós mencionaba como es casi obligación de medios de esta índole el hacer este trabajo:

“Muchos de esos medios se han visto apoyados por los ciudadanos al recibir información importante para poder darla a conocer, y en la gran mayoría de casos, estos medios cuentan con periodistas de la misma zona a los cuales estoy seguro les gustaría

ver al lugar en que viven salir adelante porque se unieron todos a dar opciones cuando no habían” (Quirós, grupo focal, 2020)

Esta rama del periodismo puede llegar a apelar la parte emocional de los ciudadanos, ya que, el brindar posibles soluciones u opciones de estas, da a entender que hay algo positivo dentro de la crisis, la cual afecta de maneras negativas al ciudadano, pero que también puede hacer que estos se enfoquen en lo positivo, como notas donde se aliente a los ramonenses a seguir las medidas sanitarias para salir de zona naranja antes de lo esperado o convenios para mejorar la economía del cantón.

En la actualidad se ha facilitado el poder transmitir este tipo de mensajes gracias a los avances en tecnología y el crecimiento de plataformas digitales como lo son las redes sociales. Además, representa un gran porcentaje de las grandes soluciones que ha visto el país con la actual pandemia. Soluciones que surgieron gracias a la comunicación colectiva, la cual logra informar a toda la población, haciendo posible que estas acciones se fomenten de manera positiva en el cantón con la virtualización de muchos aspectos cotidianos, como lo son muchos tipos de trabajos.

Una manera positiva en la que el periodismo además aporta a la comunidad y a la comunicación es con la ayuda de la erradicación de noticias falsas y la desinformación, ya que, estas generan más pánico y descontento entre la población afectada; debido a que muchas de estas noticias o rumores no buscan realmente beneficiar de ninguna manera a la ciudadanía ni al sector involucrado. Como se puede observar a continuación, con ciertos rumores generados sobre un albergue que se iba a abrir en el cantón de San Ramón, el cual iban a ingresar nicaragüenses contagiados, los cuales, en palabras del pueblo, “iban a aumentar los casos y echar por la borda todos los cuidados que tenían los ramonenses”.

Nazareth Mora comentaba en el grupo focal, el aumento de noticias falsas que se han dado en los últimos años:

“Por lo general, no siempre, lugares que se encuentran más lejanos al área metropolitana, son más propensos a grandes cantidades de desinformación entre sus ciudadanos, y es justamente ahí donde entran en este caso los medios regionales, porque son los encargados de erradicar esta costumbre entre los ciudadanos, que en la mayoría de los casos generan rumores debido a la mala comprensión que se obtuvo de alguna noticia publicada.” (Mora, N. Grupo Focal, 2020)

Gracias a esta y muchas otras observaciones se logra concluir sobre la importancia de un manual el cual sirva como una herramienta de construcción para las notas, y que de esta manera propicia solucionar los problemas como la desinformación y la mala comprensión debido a la falta de un herramientas apropiada.

Unidad de análisis IV Categoría III: Crisis Nacional.

Si la definición de una crisis es el cambio profundo, el cual trae consecuencias de gran importancia en una situación, una crisis nacional viene siendo un cambio profundo cuyas afectaciones abarcan todo el territorio de un país, trayendo cambios positivos y negativos, los cuales se ven reflejados en el avance de la crisis.

Una de las mayores afectaciones debido a la crisis nacional del 2020 fue el cambio en la modalidad de trabajar para muchas personas; trabajos como el periodismo, la educación, el servicio al cliente, entre muchos otros, se volvieron a la virtualidad, debido al aislamiento para evitar contagios, sin embargo, muchos cambios se dieron de manera abrupta y profunda, como se aclara en la definición, ya que, no se contaba con la adecuada preparación, como lo describe Anyelin en la entrevista que se le realizó.

“Se escuchaban noticias de un nuevo virus al otro lado del mundo, y se informaba sobre esto pero realmente no se esperaba que llegara a América Latina, al menos no tan rápido, por eso nos tomó desprevenidos sobre el cómo debíamos hacer nuestro trabajo, porque además, realmente yo no recuerdo que en la universidad nos hayan preparado para llegar a cubrir una crisis sanitaria como es la que se vive por el coronavirus, y no existe, hasta donde yo sé, un manual el cual nos dé las bases para ir a cubrir temas de este tipo.” (Campos, entrevista de profundidad, 2020)

Otro ejemplo es el de empleos que se volvieron aún más indispensables de lo que ya eran, debido a la importancia de estos, como menciona Wilmer Morales que le sucedió en el supermercado donde él labora.

“Con las normativas sanitarias y de circulación por el virus, los horarios se vieron reducidos, pero en ocasiones no se daba abasto con el personal que había, porque la gente estaba asustada, entonces hacían filas de hasta más de una hora para poder ingresar, el cansancio y el deterioro mental en los trabajadores se vio súper aumentado,

se tuvieron que abrir plazas para poder cubrir y en ocasiones ni así se lograba.”
(Morales, grupo focal, 2020)

En las siguientes notas no solo se evidencia el trabajo que el medio realiza para publicar información referente a la crisis, sino también como diferentes entidades se ven afectadas por esta. También la respuesta que tienen ante la situación, como el reajuste de horarios que mencionaba Morales o el buscar beneficios para ayudar a sobrellevar los cambios provocados por la pandemia y la crisis.

Los medios de comunicación, además, son en gran parte de las principales fuentes para informar a la población sobre el acontecer del país o de la región, ya que, sus plataformas son diseñadas para llegar a mayor cantidad de personas que otras entidades u organismos. Además de administrar el rol de cada persona mientras trabaja para los medios de comunicación donde pueda tener mayor cobertura y mejor información.

Sin embargo, debido a algunas de las consecuencias producidas, se dificulta el traslado o acercamiento a las comunidades, es por eso que medios como Teletica o Repretel han recurrido al trabajo realizado por medios regionales, ya que, estos si cuentan o al menos deberían contar con el acercamiento a las afectaciones de las regiones alejadas.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente apartado se harán notar cuáles fueron los resultados de los diferentes objetivos planteados al inicio de la investigación, entre los cuales se encontraba el desarrollo de una propuesta de cobertura para futuros casos de crisis.

Asimismo, se brindarán las recomendaciones adecuadas para solventar las observaciones realizadas dentro de la investigación a medios regionales en su labor diaria, y así les resulte de utilidad en la propuesta final de dicha investigación.

Tanto las conclusiones como los resultados surgen del análisis de 50 notas del medio de comunicación El Sol de Occidente, durante los primeros seis meses del año 2020. Los primeros meses de la pandemia, además del contenido analizado en tres diferentes grupos focales con expertos en comunicación, estudiantes, consumidores y una entrevista previa a la encargada de cubrir el tema Covid-19 en el medio estudiado.

Conclusiones

El medio **El Sol de Occidente** posee poca concordancia en el discurso que busca dar el público, de ser un medio positivo y propositivo para la zona de occidente, detallando los lugares a los cuales abarca su cobertura, se evidencia tanto en sus redes sociales como en su página web un enfoque mayormente a nivel nacional y no regional como hasta su nombre lo plantea.

El medio cuenta con una gran cobertura de la crisis provocada por el Covid 19, sin embargo, no es la adecuada por el punto mencionado, se espera que un medio regional no se enfoque en el acontecer nacional sino en el regional, las afectaciones que poseen lugares como Grecia, Naranjo, Zarcero y no solamente la cantidad de contagiados y hospitalizados a nivel nacional.

De igual manera los medios de comunicación masivos surgen por la necesidad de llegar a mayor cantidad de personas, sin embargo, en los últimos años los consumidores han ido perdiendo la confianza en estos medios debido al contenido que estos generan, el cual ha dejado de ser del agrado de los mismos por situaciones conocidas a nivel nacional, en las cuales se han visto involucrados varios de estos medios.

Además, es evidente la escasez de formatos que el medio desarrolla en su contenido diario, ya que, solo se observa un formato para las notas informativas. Como su labor es informar y son sumamente importantes en un medio de comunicación, no es el único formato viable para la creación de contenido para un medio donde muchos de sus consumidores o señores no cuentan con las facilidades de leer notas todo el tiempo.

Este déficit es causado también por el erróneo uso de las plataformas digitales que el medio posee, ya que, dentro de sus redes sociales se permiten crear otros formatos de contenido, más atractivos y llamativos para el consumidor, formatos los cuales no solo brindan mayor credibilidad al medio como tal, sino que generan un mayor crecimiento en estas plataformas.

Tanto el uso de las plataformas digitales del medio regional El Sol de Occidente, así como la imagen de este en cada una de ellas da la impresión de estar descuidada, iniciando con el mal uso de los colores para el medio, los cuales no comunican nada, volviendo a caer en la poca concordancia de discursos, debido a que su lema es “Un Periódico de verdad”. Asimismo, se observa un uso innecesario de botones en el menú, lo que enfatiza desorden en las publicaciones de sus redes sociales y la falta de una línea gráfica en estas.

Formatos como los reportajes, entrevistas a profundidad, espacios para los ciudadanos de la zona de occidente, podcasts, son recursos desaprovechados en el medio de comunicación, por lo cual, su contenido carece de innovación y creatividad, por eso no se genera mayor interés en los consumidores del medio y su contenido.

Una de las principales observaciones son los titulares de las diferentes notas analizadas, ya que estos son muy extensos, dan a conocer la información necesaria sin necesidad de abrir la nota, lo que disminuye la interacción del consumidor dentro de la página web del medio.

En medios regionales como El Sol de Occidente, se puede observar cómo es necesario recalcar el uso de recomendaciones o reglas a seguir para no perder el interés de los diversos consumidores, ya que, ellos son los que generan el movimiento en el medio, por lo que es necesaria una herramienta que junte estas técnicas de manera clara y ordenada.

Al tratarse de un tema reciente del que se encuentra poca información, es por eso que el generar una nueva teoría en un campo con tan poca exploración puede terminar en resultados poco favorecedores si no se le da el adecuado tratamiento a la información. Así se podrá verificar que las fuentes de información son las adecuadas para hablar sobre el tema.

El uso de material gráfico aporta gran valor a las notas informativas, no se encuentran solamente para verlas, sino para informar al consumidor, por lo que el factor innovación y creatividad entra en juego dentro de los elementos gráficos, ya que, estos forman parte de la nota, al igual que el pie de foto que poseen, donde se termina de aclarar la información visual observada en las imágenes seleccionadas.

Recomendaciones.

El medio al ser de índole regional cuenta con la obligación de enfocarse en su público previamente seleccionado, por lo que una de las principales recomendaciones es la elaboración de más notas enfocadas en las afectaciones de la crisis en la zona de occidente específicamente, y no solamente las afectaciones negativas. También evidenciar lo positivo que sale de esa situación, así como el generar un periodismo que brinde soluciones ante la situación que el país enfrenta, y principalmente la zona destinada a la cobertura del medio, como apoyo económico, movimientos cantonales, entre muchos otros.

El utilizar cifras a nivel regional para analizar el impacto de la pandemia en la zona occidental del país genera un plus, ya que, no solamente se tratan números, si no la parte humana del medio al centrarse en informar de una manera más adecuada como un medio que delimita al público meta en nombre y describe en redes sociales, emparejando el discurso para que se asemeje lo máximo posible al objetivo que este posee.

Un claro ejemplo de medios regionales con éxito es La Voz de Guanacaste, caracterizado por las ganas de innovar que poseen, ya que, estos no se quedan con los formatos tradicionales para presentar la información. Una de las recomendaciones más importantes que se realizan es el buscar nuevas maneras de generar contenido. Las plataformas digitales se encuentran al alcance de los encargados del medio para desarrollarlas de la manera más adecuada en la línea editorial de este, pero dando un uso correcto.

De igual manera, formatos diferenciadores como podcasts, reportajes, entrevistas a personajes de la comunidad, espacios donde los emprendedores de la zona tengan voz y se den a conocer y muchos más, potenciarán el trabajo del medio a un ciento diez por ciento si se realiza de manera creativa, ya que, mejoraría el desarrollo del medio, unido con una mejora en su imagen y mantenimiento en sus plataformas.

Las plataformas digitales, así como las herramientas físicas, necesitan mantenimiento constante, las páginas web no se olvidan, se encuentran en constante mejora para la satisfacción del consumidor y el beneficio del medio, ya que, una página ordenada y continuando una línea gráfica da mayor credibilidad al trabajo que se realiza en el medio de comunicación.

Ningún periodista está exento de errores, sin embargo, estos se pueden prevenir siguiendo las reglas o recomendaciones aprendidas desde la universidad en los diferentes cursos superados. Reglas como el uso de la pirámide invertida en textos informativos, titulares que informen y se consideren atractivos para que el consumidor desee entrara a la nota para leerla y no solamente que con el título ya se informe.

De ser posible, las fotografías o imágenes incluidas en las producciones deben ser tomadas por los mismos periodistas del medio de comunicación, no bajadas de internet, ni tomadas de otros medios, ya que, esto no amplía el panorama para el contexto donde el periodista espera darle a su trabajo y comprensión algo mayor.

Crear espacios donde la población sea la protagonista, que se sientan parte del proceso de la información y que no solamente consuman más datos de los mismos que se consumen en todos los medios a nivel nacional.

Corroborar la información recolectada de ser posible con mínimo dos fuentes, de esta manera, se evitan confusiones, así como situaciones más escaladas y de mayor impacto negativo para el medio de comunicación.

Mantener un manual de estilo, no solamente para el periodismo especializado en las crisis que afectan de alguna u otra manera a todo el territorio nacional, sino un manual de estilo que camine conforme a la línea editorial del medio para evitar errores comunes que se cometen al apresurarse por obtener la primicia y no revisar con detenimiento lo publicado.

Mejorar la imagen pública del medio, empezando por el color y el lema, los cuales no comunican lo que ellos dicen hacer, volviendo a caer de esta manera en la ambigüedad entre los discursos hablados y el realmente expuesto en sus diversas plataformas.

Profundizar en temas sociales, cumpliendo el objetivo de un medio regional, siempre que vayan de acuerdo con la línea del medio, como campañas de vacunación en la zona o el apoyo entre los ciudadanos con diversificación de actividades.

De igual manera se recomienda a la Universidad Internacional de las Américas el implementar manuales de estilo en cursos en los cuales se requiera crear y redactar textos informativos, de esta manera, los estudiantes no solamente aplicarán los conocimientos adquiridos, sino también poseerán una herramienta útil, la cual aprovecharán para múltiples formatos, además de potenciar las habilidades de los futuros periodistas.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

Descripción

Aunque un periodista conozca en su labor un poco de muchos temas, no está precisamente preparado para realizar la cobertura de un evento como lo es una crisis; menos aún por un fenómeno como lo es una nueva enfermedad, por tanto, se considera importante obtener una ayuda la cual genere una cobertura de este fenómeno de manera clara, informando realmente del acontecer alrededor de este.

Además, hasta la fecha no se conoce que exista ningún manual el cual guíe a los periodistas en esta labor de realizar la cobertura informativa de una crisis sanitaria, menos aún una crisis provocada por un nuevo virus del cual no se tienen tantos datos oficiales para conocer su origen. José Luis Mora, director de la revista Industria y profesor universitario, menciona que existe una gran diferencia entre la credibilidad que reciben los medios de comunicación y el público consumidor que sigue las recomendaciones de un manual de este tipo.

Hay ocasiones en que se van a ver, la proliferación de medios de comunicación en los últimos años y más con el acceso a los medios digitalizados el cual es enorme, y los que son fiables y confiables son bastantes sí, pero hay muchos medios en los cuales no se pueden confiar, principalmente los que son completamente digitales. Pero los medios confiables uno sabe que llevan a cabo protocolos, medios tradicionales como la Nación, El financiero, El País, El Clarín, medios que se saben que están ahí, puede ser que se equivoquen, pero se sabe que poseen normas. Hay una gran responsabilidad tanto de los medios que deberían informar correctamente, como hay responsabilidades de buscar cómo se educa a la población para que sepa discernir ante las Fake news. (Mora, J. Entrevista a profundidad, 2021)

La presente propuesta es el resultado de una previa investigación la cual mostró la deficiencia que existe en el medio regional El Sol de Occidente para generar contenido atractivo, basada en la información obtenida por la crisis vivida en el primer semestre del año 2020 provocada por la pandemia de Covid-19, como se resaltaba en las conclusiones de dicha investigación.

La investigación realizada reveló que la mayor cantidad de estas deficiencias se presentan en aspectos específicos de la parte técnica de la elaboración de las notas referente al tema del Covid-19, las cuales podrían obtener una mejora significativa en aspectos como la titulación o la presentación de la información.

Por esta razón, la propuesta se plantea en formato de manual de estilo para la cobertura de crisis enfocada en medios regionales. El manual de estilo plantea una ayuda para el periodista a la hora de realizar las notas, presentando una guía para la producción de las mismas.

Esta herramienta ayuda a mejorar la calidad del producto obtenido por medio de principios básicos en la producción de un trabajo periodístico, los cuales son claves para obtener la claridad, precisión y objetividad que se busca.

Objetivos

Objetivo General:

1. Elaborar un manual de estilo para la cobertura de crisis enfocado en medios regionales.

Objetivos específicos:

1. Establecer una línea gráfica para el manual de estilo.
2. Aclarar aspectos básicos de la producción de notas periodísticas.
3. Plantear técnicas básicas de producción de textos informativos.
4. Escoger información relevante para el desarrollo de textos informativos.

Perspectiva teórica o glosario

Para una mayor comprensión de temas relacionados a la propuesta, se van a aclarar algunos conceptos por desarrollar.

Periodismo especializado.

El periodismo especializado, es aquel que propone enfoques centrados en un tema específico más allá de informar, es aquel que, según Meneses, M., (2007), “propone modelos comunicativos que hagan de las especialidades del saber o actividades profesionales materia periodística, susceptible de codificación en mensajes universales, además de establecerse como vía de comunicación interdisciplinaria” (p.138)

Los periodistas encargados de cubrir áreas especializadas desarrollan un factor diferenciador a los demás periodistas, ya que, el cubrir este tipo de áreas les permite obtener un mayor conocimiento y manejo sobre el tema; de esta manera se encuentran más capacitados para hablar sobre el argumento en cuestión.

Asimismo, la temática en la que el especialista se centra, por lógica también se convierte en el eje central del periodismo especializado a tratar, ya que, despliegan una serie de técnicas e información que llega a ser del conocimiento del periodista. Como se mencionaba, para crear un producto más completo y de mayor calidad, así descrito por Pérez, C., (2005).

El elemento base del Periodismo Especializado es la temática; son los contenidos sobre los que el periodista actúa desde el mismo momento en que son transmitidos por las fuentes, de forma que en ellos está impresa una serie de técnicas cuyo objetivo [sic] es facilitar la comprensión entre emisores y receptores a partir del análisis de los hechos, de una explicación que permita interpretarlos, de una ubicación en el tiempo y en el espacio, de la relación con otros acontecimientos pasados, de la traducción de códigos científicos que pueda obstaculizar la comprensión de los lectores y de la propia valoración crítica de la actualidad, todo ello dirigido a conseguir un periodismo de calidad, rigor y especificidad temática.. (p.79)

Medios regionales.

Los medios regionales son aquellos cuya área de cobertura se centra en regiones fuera de Gran Área Metropolitana (GAM), en su mayoría, como la Voz de Guanacaste o de pequeños sectores dentro de esta como El Escazuceño. A diferencia de los medios de comunicación masivos, los medios regionales son aquellos cuyo objetivo suele ser, en su mayoría, más social, de ayuda informativa a la región en la cual se estableció, debido a su delimitación geográfica y distintas identidades culturales.

En la actualidad es más común encontrar cada vez más medios regionales, principalmente por el apoyo que estos obtienen de las comunidades sobre las cuales se centra su cobertura, asimismo, como el avance de las tecnologías de la comunicación, la cuales permiten una mayor conectividad, más inmediatez, interacción con los consumidores, y muchos aspectos más que se destacan de manera positiva para la comunicación colectiva en el país y distintas regiones alrededor del mundo entero.

Tratamiento de la información.

Como bien se sabe, los periodistas son los encargados de transmitir el acontecer diario de interés público que nos afecta de distintas maneras. Por esta razón, el manejo que se le da a la información obtenida debe ser la mejor posible, dándole un tratamiento adecuado. De esta manera, publicar información veraz y adecuada al contexto que menciona la noticia es vital.

Mucha de esa información puede resultar delicada, ya que, puede afectar de manera negativa a diversos involucrados, esto como el resultado de un mal manejo al adquirirla, como es el ejemplo del caso de Angie Jibaja, planteado por Peralta, V., Belén, K., (2020), quien cita a diversos autores, Garrido, Serrano, Catalán (2018), Herrera, Ures, Martínez (2015)

Un tratamiento irresponsable de los medios de comunicación puede provocar un incremento de comportamientos suicidas (efecto Werther) de la misma forma que los medios pueden ayudar a reducir los comportamientos suicidas cumpliendo las pautas recomendadas (efecto Papageno) o no tener ningún efecto significativo en los suicidios (Garrido, Serrano, Catalán 2018:812). El “efecto Werther” evidencia que la tasa de suicidios aumentaría si las personas propensas están en contacto con información al respecto. Esto significaría que las noticias sobre suicidio en los medios de comunicación afectarían en mayor o menor medida dependiendo del tipo de información que compartiesen. (Herrera, Ures, Martínez 2015:124) Por el contrario, el denominado “efecto Papageno”, establece que se puede tener un efecto preventivo en la conducta suicida siguiendo un tratamiento periodístico bajo ciertas pautas establecidas. (Herrera, Ures, Martínez 2015:125). (p.6)

Crisis.

Una crisis puede describirse como un punto de inflexión o como un cambio profundo, el cual trae consecuencias de gran importancia en una situación, además puede significar disputa. Esta palabra constantemente la vemos en distintos medios, televisión, periódicos, internet y la escuchamos en radio. Aunque generalmente se refieren a crisis económicas, no se limitan a estas.

Las crisis se presentan en distintos ámbitos, inclusive en la comunicación cuando existen situaciones en las cuales se presentan malentendidos o confusiones de comprensión. Es en ese momento donde se generan estrategias para resolver la situación; en este caso, un manual de estilo para la redacción clara y comprensiva sobre las medidas sanitarias y de circulación para disminuir el índice de contagios, entre otros.

Manual de estilo.

Un manual de estilo es una herramienta que contiene las recomendaciones adecuadas para la redacción de textos, en ese caso informativos, evitando de esta manera errores de todo tipo, principalmente morfosintácticos, los cuales son de carácter didáctico. Según Paéz, G. (2006).

La prescripción de reglas, de restricciones, de una práctica discursiva objetiva se señalaba como no sólo necesaria sino como ineludible: en esos textos, las operaciones discursivas construyen un enunciado normativo y que creía en la transparencia del lenguaje, en la objetividad. (p.82)

Usualmente los manuales de estilo surgen del empleo que se tiene de un idioma o léxico, no de teorías previas, por lo que las reglas son esenciales para una buena redacción, obteniendo así el poder de adquirir fluidez y claridad en el resultado final.

Covid-19.

Según la Organización Mundial de la Salud, (OMS) el Covid 19 es una enfermedad infecciosa causada por un coronavirus, el cual es una gran familia de virus unidos, que se llegan a encontrar tanto en seres humanos como en animales.

No fue hasta finales de diciembre del año 2019 que se detectó el primer caso de la enfermedad en un pueblo de China. Tres meses después, para marzo de 2020 ya se contabilizaban miles de muertes. Entonces llegó el primer caso a Costa Rica, por lo que los medios de comunicación se centraron en informar al respecto, ya que se trataba de una situación que estaba afectando a todo el mundo y Costa Rica no era la excepción, sumando para noviembre de 2020 un aproximado de 118 mil contagiados.

POR ARIANA VÁSQUEZ
MORA

MANUAL DE ESTILO

Especializado

Medios de
comunicación
regionales

para cobertura de
crisis



Enfoque de la cobertura

El manual de estilo es una herramienta clave, cuya función es guiar al periodista en el proceso de redacción de la nota, así como el agregar los elementos gráficos necesarios de manera correcta.

Al tratarse de un manual especializado en cobertura de crisis, la información que se va a procesar por cada profesional deberá ser seleccionada con rigor, y presentada de manera que llame la atención de los consumidores. Sin embargo, al tratarse de situaciones que afectan a toda una población, y que en ocasiones llegan a ser temas sensibles, el enfoque de las redacciones deberá ser positivo, y buscar transformarse en un periodismo de soluciones más allá de un trabajo amarillista y que cree alarmas en la ciudadanía.

Se espera que con las herramientas brindadas en el manual y la información publicada bajo la guía de esta, los datos sean los correctos en términos de veracidad y claridad.

Información que muestre las verdaderas afectaciones de la crisis vivida en cada una de las regiones que sufren las consecuencias de la situación y las poblaciones consumidoras del medio regional que se encuentre empleando el manual, así como publicaciones que no generan caos. La cobertura deberá brindar posibles soluciones para la población afectada.

Aspectos de redacción

TITULACIÓN

Los títulos deberán realizarse con no más de 7 palabras, utilizando alrededor de 50 caracteres.

Deben mostrar la idea central de la noticia e informarla de manera atractiva y no sensacionalista.

Los títulos podrán acompañarse de máximo dos bajadillas, las cuáles informarán sobre algún dato interesante presente en el cuerpo de la noticia, el cual ayude a entender de mejor manera la noticia, mas no son necesarias. Las bajadillas deben ser frases cortas y completas.

No se recomienda repetir conceptos o palabras.

Lo escrito en el título o bajadilla **deberá** desarrollarse dentro de la noticia, preferiblemente dentro del lead o entrada.

Evitar utilizar nombres completos de instituciones en los títulos, en su lugar se recomienda utilizar las siglas correspondientes y desarrollar el

el nombre en el cuerpo de la nota

Si las cifras son necesarias en el título se deben redondear, esto para facilitar la lectura. Por ejemplo: **¢4,5 millones**, en lugar de ¢4.500.000,00 ó 4,5 millones de colones.

Los títulos de entrevistas serán más cortos y creativos, en ocasiones se pueden utilizar citas relevantes del entrevistado.

En toda ocasión se deberá revisar cuidadosamente la redacción y ortografía.

LEAD O ENTRADA

El *lead* o entrada deberá ser corto, **no más de cinco líneas de computadora**, las cuales respondan aquellas interrogantes indispensables de las preguntas básicas ¿qué?, ¿quién?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué? o ¿para qué?

La entrada de la noticia deberá continuar la idea plasmada en el titular, dando a conocer la situación que este describe sin brindar muchos detalles, esos se darán en el cuerpo de la noticia.

En el caso de entrevistas o reportajes, se redacta una entrada la cual “enganche” al interesado a continuar con la lectura.





CUERPO DE LA NOTA

Para elaborar el cuerpo de la entrada, se continúa trabajando con la herramienta conocida como pirámide invertida, iniciando con el desarrollo de los datos más relevantes planteados en el lead, finalizando la nota con los datos menos relevantes.

Cada nota deberá contener **mínimo tres párrafos de no más ni menos de cinco líneas** de computadora cada uno.

Cada párrafo deberá explicar la noticia con los datos e información previamente recopilada, incluyendo lo mencionado en el titular y la entrada.

Cada párrafo deberá cumplir con las reglas gramaticales correspondientes, como el orden de una oración (s+v+c) para facilitar su lectura y comprensión. Deberá existir un enlace o conexión entre párrafos.

Al tratarse de noticias informativas las opiniones personales de los reporteros no se admitirán.

Se deberán incluir todos los datos necesarios para poder generar balance en la información y desarrollar una cobertura con credibilidad, sin tomar bandos.

SIGLAS

1. Las siglas de nombres de instituciones o grupos se pueden utilizar en los títulos siempre que sean organizaciones reconocidas, sin embargo, en el cuerpo de la nota deber escribir el nombre completo de la siguiente manera: Ministerio de Educación Pública (MEP). En los párrafos siguientes se puede utilizar las siglas.

2. Las siglas nombres con hasta cuatro palabras se deben poner con mayúscula CCSS, ICT. En los casos con más de cuatro palabras se escribe solamente la primera letra en mayúscula: Senasa, Cosevi.

NÚMEROS Y CIFRAS

Los números o cifras **del uno al nueve se escriben con letra**, siempre que no vayan al inicio de una oración.

Las cifras de dos o más dígitos se escriben con número.

El escribir más de una cifra en un mismo párrafo u oración es preferible que todas se escriban todas con números. Ejemplo: Se contabilizaron 12 bolas, 8 pares de zapatos y 20 camisas.

Las décadas se deben escribir con letras, mientras los años se escriben con números.

Las cifras en dólares o colones deberán redondearse siempre que no sea necesario especificar la cifra completa para la comprensión de la nota.





NOMBRES Y PUESTOS

En la primera ocasión que se menciona a una persona en la nota deberá hacerse con el nombre completo y el cargo. Luego bastará con uno o los dos apellidos, solamente escribiendo el cargo de la persona de la cual se habla.

Los puestos siempre se escribirán con minúscula, salvo que sea de carácter único como El Papa.

ABREVIATURAS COMUNES

Las abreviaturas comunes, como lo son izq. (izquierda), der. (derecha), Sr. (señor), Sra. (señora), Srita (señorita), D. (don), Lic. (licenciado), etc. (etcétera) no se emplearán salvo que se trata de transcripciones literales escritas por otras personas.

Para abreviaturas de medidas o peso es

recomendable utilizar toda la palabra para evitar confusiones. Ejemplo: Decomisó cinco kilogramos de cocaína.

Si se necesitan incluir muchas cifras, cantidades o mediciones es recomendable hacer una referencia general en la noticia y generar cuadros o gráficos para especificar los datos.

MAYÚSCULAS Y MINÚSCULAS

Se escriben con mayúscula los nombres propios de instituciones, organismos, cuerpos, establecimientos o entidades. También los nombres propios de personas, sus apodos y aquellos calificativos que de modo constante los acompañen:

1.1 Los adjetivos que componen títulos de obras, canciones, películas, entre otros. Ejemplo: “The Notebook”, “Cien Años de Soledad”.

1.2 La inicial de acontecimientos y períodos históricos como la Segunda Guerra Mundial.

1.3 Los atributos divinos y el pronombre Él cuando se refiere a Dios.

1.4 Se escriben con minúscula: los meses y los días; además de los gentilicios.





CITAS Y FUENTES

Para incluir citas en notas informativas se realizarán de manera directa o de manera indirecta, lo mencionado por el entrevistado en palabras del periodista.

Las citas directas son donde se transcriben las palabras exactas del entrevistado.

La cita indirecta es lo que comúnmente se conoce como parafraseo, donde el periodista agrega la entrevista con palabras suyas para darle más forma al texto previo.

Las citas van mencionadas, con el nombre

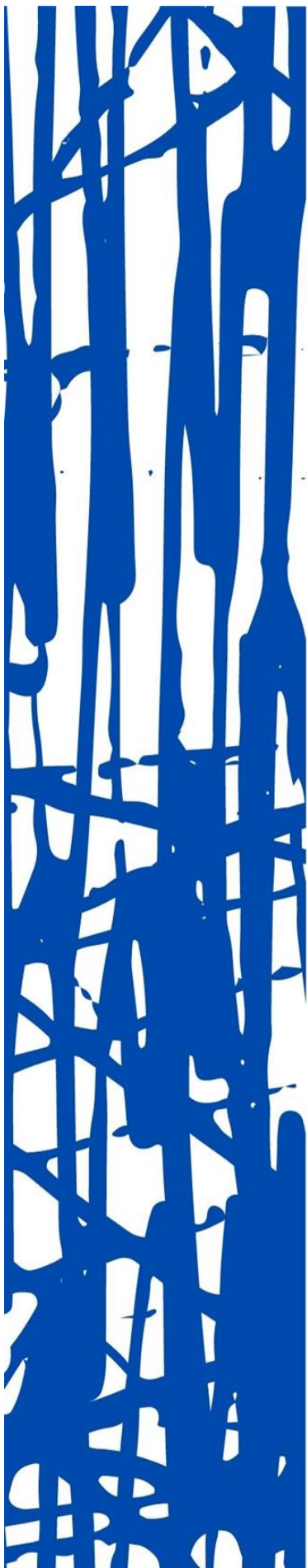
PÁRRAFOS Y VERBOS

Cada párrafo plantea una sola idea, la frase inicial introduce la idea o concepto seguido por el desarrollo de esta en las demás líneas.

Es preferible emplear verbos activos, lo cuales indican las acciones que el sujeto hace o lo que este es. Ejemplo: expresó, sufrió, comentó y otros.

Se debe respetar el orden gramatical al formar las oraciones: **sujeto-verbo-complementos.**

Los verbos por utilizar deben corresponder al de su significado. Ejemplo: el ministro manifestó, no el presidente declaró.



ELEMENTOS GRÁFICOS

Los elementos gráficos: fotografía, cuadros destacados, etc., deben complementar la información.

Evitar usar fotografías de relleno o “con fines ilustrativos”, ya que, la imagen es parte de la noticia, por lo tanto esta informa de la misma manera en que lo hace la información.

Las fotografías deberán presentar su respectivo pie de foto. Los pie de foto mencionan datos que permiten identificar lugares o personas dentro de la imagen, mas no indicar lo que se ve en esta, además de incluir la fuente de donde se obtuvo.

ERRORES COMUNES

Evitar uso de la expresión *el mismo, la misma*, ya que, no añade significado a la nota.

El *gerundio* se utiliza para expresar anterioridad o simultaneidad relacionado al verbo principal. No se debe emplear como adjetivo.

Es correcto es decir *en relación con...* no en relación a.

4. Es correcto decir *con base en* y no con base a.

OTROS ASPECTOS A TOMAR EN CUENTA

NUNCA se debe escribir algo **SUBJETIVO**. Si el periodista transcribe algo que no está muy claro o que él no entiende, se deberá consultar para realizar las aclaraciones necesarias para poder incluir la información en la nota.

La claridad y precisión son elementos fundamentales al realizar las notas. Se debe confirmar nombres, cifras, etc. Toda información obtenida que se busque publicar deberá ser verificada.

Se recomienda no utilizar textualmente los comunicados de prensa.

Es incorrecto decir que al evento asistieron más de doscientas personas, ya que, es poco preciso y podría referirse a cualquier número mayor a este, lo correcto sería dar un aproximado a las 250 personas.

Se debe sellar las notas periodísticas con el nombre del periodista y su correo, por ejemplo:
Periodista: Ariana Vásquez.

Correo: avasquezm_pe@uia.ac.cr



Aspectos de coberturas

Las notas deberán centrarse en informar sobre los efectos de la crisis en la región que cubre el medio, más no limitarse a la región de ser necesario.

Se entiende que por inmediatez en muchas ocasiones se publica el mismo comunicado de prensa, sin embargo, se recomienda utilizar la información necesaria de este y enfocarla en la región de cobertura, así se genera contenido atractivo.

La extensión mínima de las notas debe de ser de 200 caracteres sin incluir título y bajada.

Al cubrir eventos en vivo, es recomendable, si el medio tiene el personal, de enviar un equipo de dos periodistas para así obtener la información y fotografías de calidad.

Cada nota deberá ser revisada antes de que se publique para evitar errores



Asuntos de Estilo

El estilo dependerá de la línea editorial del medio regional que emplee el manual, sin embargo, se recomienda que se siga una línea de información clara, sin generar controversias y sin llegar a caer en el amarillismo.



NORMAS ÉTICAS Y LEGALES

Cada medio de comunicación cuenta con su línea editorial, la cual por lo descrito en este manual se deberá adaptar a la línea y normas del medio de comunicación que emplee esta herramienta al realizar la respectiva cobertura de crisis.

Evitar incurrir en delitos contra el honor de las personas (injuria, calumnia, difamación).



El presente manual de estilo se crea con el objetivo de servir como una guía a comunicadores que se lleguen a enfrentar a la cobertura de alguna crisis sanitaria o crisis nacionales, ya sean provocadas por desastres naturales o de otra índole, comunicadores quienes redactan desde la silla de trabajo de un medio de comunicación regional, por lo que es de suma importancia que las recomendaciones planteadas en este documento se tomen en seria consideración, ya que, el manual cuenta con información básica y necesaria para la adecuada redacción de trabajos periodísticos, de esta manera podrá llamar la atención de los consumidores.

**Todo lo descrito en este documento también es aplicable a otros géneros periodísticos*

REFERENCIAS

- Accinelli, R. Zhang Xu, C. Ju Wang, J. Yachachin-Chávez, J. Cáceres-Pizarro, J. Tafur-Bances, K. Flores-Tejada, R. & Paiva-Andrade, A. (2020). COVID-19: *La pandemia por el nuevo virus SARS-CoV-2. Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 37(2), 302-11. doi: <https://doi.org/10.17843/rpmesp.2020.372.5411>
- Aguado, J. M. (2020, 11 mayo). *Introducción a las teorías de la información y la comunicación*. <http://uprid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1838?show=full>
- Algarra, M. (2008, 29 noviembre). *La comunicación como objeto de estudio de la teoría de la comunicación*. <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/36502/1/la%20comunicaci%c3%b3n%20com%20objeto%20de%20estudio%20de%20la%20teor%c3%ada%20de%20la%20comunicaci%c3%b3n%2c%20an%c3%a0lisi%2c38%2c2009%2cpp.151-172.pdf>
- Alvar, M. Castillo, M. García, J. Jiménez, M. Medina, A. (2003). *Manual de redacción y estilo*. https://books.google.co.cr/books?hl=es&lr=&id=9mXQtXV8FmkC&oi=fnd&pg=PA9&dq=que+es+un+manual+de+estilo+&ots=Za0hciD-Ig&sig=wzem4k72hoSzF4Wj6hnkF2G9IKc&redir_esc=y#v=onepage&q=que%20es%20un%20manual%20de%20estilo&f=false
- Araya, M. (2017). *TIC y medios de comunicación*. <http://repositorio.ucr.ac.cr/handle/10669/30116>
- Ayala, C. (2015). *La importancia de la Comunicación y del Periodismo Social e Inclusivo. Propuesta de una revista de salud y recreación para adultos mayores, que sirva de material didáctico, apoyo de trabajo divulgativo –recreativo –para varios grupos de este segmento poblacional existentes en Quito, tales como, “60 y Piquito” y otros*. <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4786/1/UDLA-EC-TMP-2015-05.pdf>

Bauman, Z. Bordon, C. (s. f.). *Estado de crisis*.

https://planetadelibrosc0.cdnstatics.com/libros_contenido_extra/32/31900_1_ESTA_DO_DE_CRISIS.pdf

Beltrán Villalobos, J. (2020). *Periodismo de Soluciones*.

<https://doi.org/10.24215/16696581e318>

Braga, E. M. (s. f.-b). *Comunicación competente: visión de enfermeros especialistas en comunicación*.

Scielo. https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010321002007000400004&script=sci_abstract&tlng=es

Case, K. Fair, R. (1997). *Principios de*

microeconomía. <https://books.google.co.cr/books?id=L15WQ7c5sFQC&pg=PA142&q=definicion+de+utilidad&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj14tyElJnqAhXuYN8KHWCMdQMQ6wEwA3oEAcQAQ#v=onepage&q=definicion%20de%20utilidad&f=false>

Chacón, I. García, A. (2001) *Documentación para el periodismo especializado*.

<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/11093-Texto%20del%20art%C3%ADculo-11174-1-10-20110601.PDF>

Colegio de periodistas de Costa Rica y profesionales en comunicación. (2017). *Medios regionales destacan en la cobertura de la emergencia nacional*.

https://www.primera plana.or.cr/es/El_Pais/Medios_regionales_destacan_en_la_cobertura_de_la_emergencia_nacional/

Costa, C. (2008). *Medicina y salud en la prensa. Las noticias de salud en los principales diarios de Galicia*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11 (63).

ISSN. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=819/81912006002>

- Costa, C. (2010). *Crisis de salud pública. El derecho de los ciudadanos a estar informados*.
<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-CrisisDeSaludPublica-3728253.pdf>
- Costa, C. (2011): *Tratamiento informativo de una crisis de salud pública: Los titulares sobre gripe A en la prensa española*. N.º 25. Julio. Año XIV. Páginas: 43-62
http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero_25/InicioN25.html
- Cuvardic, D (2002). *Los marcos interpretativos textuales: herramienta metodológica para el análisis del discurso periodístico*. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, II (96) 0482-5276. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=153/15309607>
- Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo Centro de Estudios en Diseño y Comunicación Centro de Producción en Diseño y Comunicación Buenos Aires, Argentina. (2012). *49 Ensayos Contemporáneos. Edición IX*.
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/416_libro
- Fontcuberta, M. (1997). *La identidad regional de los medios*.
<http://ojs.uc.cl/index.php/cdi/article/view/24719>
- García, A. (1992) *Análisis Documental del Discurso Periodístico*.
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/47198/analisisdocumental.pdf?sequence=1>
- González, S. (2019, 7 febrero). *La circulación de noticias en internet: miradas cruzadas en el caso de Costa Rica*. <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/76553>
- Grande, M., Cañon, R., e Cantón, I. (2016, 6 mayo). *View of Tecnologías de la información y la comunicación: Evolución del concepto y características*.
<https://www.upo.es/revistas/index.php/IJERI/article/view/1703/1559>
- Hernandez, S. R., Fernandez, C. C., & Baptista, L. P. (2014). *Metodología De La Investigación* (6a ed.). McGraw-Hill.
- Ibáñez, Á. (2019). *La Administración y la cobertura informativa en situaciones extraordinarias relacionadas con la salud. La crisis del virus del Ébola*. (Revista

Española de comunicación en salud, Universidad Carlos III de Madrid, España.), vol.

(1) <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/4425/3149>

Leal, F. Negrón, M. (2017). *Tensiones socioambientales y rol de los medios regionales de comunicación en la formación de debate público: dos casos emblemáticos para la institucionalidad ambiental chilena (CELCO y Barrancones)*. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (22), 25-42. doi:[10.4206/rev.austral.cienc.soc.2012.n22-02](https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2012.n22-02)

Luna, V. (2007). *Medios regionales y agencias de publicidad: El planificador y su decisión al elegir un médico para pautar*.

<http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/handle/120809/758>

Luna, V. (2013). *Medios regionales y agencias de publicidad: El planificador y su decisión al elegir un medio para pautar*.

<https://repositorio.uned.ac.cr/reuned/handle/120809/758>

Martínez, M. (2012). *Teoría del periodismo*.

http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Teoria_del_periodismo.pdf

Mayo, M. (2017). *La especialización periodística como herramienta estratégica en la comunicación de catástrofes*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=127793>

Mayo, M. (2019) *Uso de las redes sociales en la cobertura periodística de crisis, desastres y emergencias en España = Use of social media in news media coverage of the crisis, disaster, and emergencies in Spain*. [S.l.], p. 43-54, mar. 2019. ISSN 1989-9882. <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/4428/3147>.

Mellado Ruiz, Claudia, & Parra, Elizabeth. (2008). *Indicadores de identidad y perfil del periodista regional en Chile*,

http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S101215872008000100009&lg=es&tlng=pt.

Mena, A. (2016). *TIC y medios de comunicación*.

<http://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/30116>

NetUruguay. (2020). *¿Es justificable el temor y pánico al Coronavirus?*

<https://neturuguay.com/2020/03/15/es-justificable-el-temor-y-panico-al-coronavirus/>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, (2020).

Periodismo libertad de prensa y COVID-19.

https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_covid_brief_es.pdf

Otero, E. (2019). *Teorías de la comunicación*.

https://books.google.co.cr/books?hl=es&lr=&id=eg_xDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=teoria+de+la+comunicacion&ots=27qgAUxxoy&sig=PObxkg2DcQeJ3SgWtrotCUOqcuk&redir_esc=y#v=onepage&q=teoria%20de%20la%20comunicacion&f=false

Paez, G. (2009). *Géneros periodísticos en manuales de estilo y de periodismo*.

<http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/handle/123456789/347>

Peiró, Á. I. (2019). *La Administración y la cobertura informativa en situaciones extraordinarias relacionadas con la salud. La crisis del virus del Ébola = The Administration and the information provided in extraordinary situations related to health. The Ébola virus crisis | Ibáñez Peiró | REVISTA ESPAÑOLA DE COMUNICACIÓN EN SALUD.*

<https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/4425/3149>

- Pérez Curiel, C. (2005). *Estudio de las Fuentes de Información en el marco del Periodismo Especializado: Estrategias de selección y tratamiento de las fuentes en las secciones periodísticas de El Mundo y El País*. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/24400/P_T.D._0080.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pérez, T. (2020). *¿Es justificable el temor y pánico al coronavirus?* <https://neturuguay.com/2020/03/15/es-justificable-el-temor-y-panico-al-coronavirus/>
- Piedra, I. D. (2020). *Sistema de Alerta Temprana de Riesgo de Inundaciones basado en el Protocolo de Comunicación LoRa*. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/9998>
- Prada, O. Eslava, R. Chacón, E. González, H. (2018, 11 octubre). *Gestión editorial: tratamiento de la información periodística*. <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/sapienza/article/viewFile/15104/21921926201>
- Potter, D. Ricchardi, S. (s. f.). *Cobertura de desastres y crisis*. http://saladeredaccion.com/revista/wp-content/uploads/downloads/2010/06/ICFJ_disaster_ESP.pdf
- Ramos, C. (2020). *Covid-19: la nueva enfermedad causada por un coronavirus*. (<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7262217>)
- Real Academia Española [RAE]. (2014). <https://dle.rae.es/>
- Revista de la Sociedad Española de Medicina de Urgencias y Emergencias. (2008). *Emergencias: Revista de la Sociedad Española de Medicina de Urgencias y Emergencias*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=6698>
- Ribot, V. Pérez, M. Rousseaux, E. Vega, E. (2014). *Comunicación en pedagogía*. Scielo. <http://scielo.sld.cu/pdf/ems/v28n2/ems14214.pdf>

- Rosete, D. Archundia, F. Cabello, C. Manjarrez, M. (2002). *Patogenia de las infecciones respiratorias por virus*. https://www.researchgate.net/profile/Dora-Rosete/publication/342246961_Patogenia_de_las_infecciones_respiratorias_por_virus/links/5eea5d0f299bf1faac5e7b92/Patogenia-de-las-infecciones-respiratorias-por-virus.pdf
- Santander, Pedro. (2011). *Por qué y cómo hacer análisis del discurso*. *Cinta de moebio*, (41), 207-224. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2011000200006>
- Segura, M. (2020). *Con alerta pero sin pánico. El rol de los medios durante la pandemia*. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/med/article/view/28066>
- Sha'lan, A. (2016). *La agenda de los medios en los escenarios de cambio político y cultural*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=157973>
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. <http://saber.ucab.edu.ve/handle/123456789/34223>
- Toledano, S. Ardèvol-Abreu, A., “*Los medios ante las catástrofes y crisis humanitarias: propuestas para una función social del periodismo*”, *Communication & Society/Comunicación y Sociedad*, Vol. 26, n. 3, 2013, pp. 190-213.
- UNESCO. (2020). *Periodismo, libertad de prensa y COVID-19*. <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/rupturas/article/view/322>
- Ureña, L. (2014). *Periodismo comunitario en Costa Rica: la información en manos de la ciudadanía*. <http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/handle/120809/769>

APÉNDICE

Ilustraciones

DIGITAL El Sol Sale para todos...
Un periódico de verdad. Infórmese con nosotros

INICIO | EDICIÓN DIGITAL | CANTONALES | NACIONALES | ECONOMÍA Y FINANZAS
ARTE Y CULTURA | EDUCACIÓN | TURISMO | DEPORTES | PAUTA PUBLICITARIA

Se suspenden clases en el Liceo Monseñor Rubén Odio y CTP Máximo Quesada ambos ubicados en Desamparados

10/03/2020 | Anyelin Campos | Educación, Salud

175 CUANDO USTED COMPRA LOTERÍA CIENTOS DE PERSONAS GANAN

- La suspensión de clases se da a partir de hoy.
- El Ministerio de Educación promoverá la limpieza a profundidad, de forma preventiva en el resto de centros educativos.

Anyelin Campos / acampos@elsoldeoccidente.com

EDUCACIÓN. Los casos confirmados en Costa Rica del COVID-19 aumentaron a 13 en las últimas horas, dos de estos nuevos casos confirmados son personas pertenecientes a la comunidad educativa, lo que llevan al cierre temporal de los centros de secundaria CTP Máximo Quesada y Liceo Rubén Odio, ambos ubicados en Desamparados.

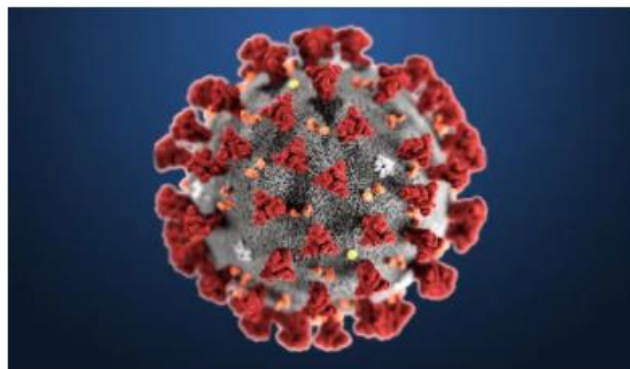
Ultimas actualizaciones del Ministerio de Salud sobre COVID-19 registra 26 casos confirmados

13/03/2020 | Anyelin Campos | Nacionales, Salud | 0

IFAM INSTITUTO DE FOMENTO Y SERVICIOS MUNICIPALES

INFÓRMESE SOBRE EL COVID-19
Conozca qué está haciendo su municipalidad para atender la pandemia.

HAGA CLIC AQUÍ



- Ministerio de Salud dispone línea 1322 para consultas sobre COVID-19.
- De los casos confirmados solo hay tres pacientes internados.
- Se descartan 289 personas del COVID-19.

Anyelin Campos / acampos@elsoldeoccidente.com

Salud, 13 de marzo. El Ministro de Salud, Daniel Salas, confirmó en conferencia de prensa este viernes, que los casos confirmados suman 26, sin embargo, de

11.5 millones de dólares es el costo proyectado por la CCSS en insumos de protección para personal de salud

28/03/2020 Anyelin Campos Salud 0



- CCSS compra 8.5 millones de piezas de equipo de protección personal.
- Institución ha abastecido a los establecimientos de salud de guantes, batas, mascarillas quirúrgicas, lentes y respiradores.

Anyelin Campos acampos@elsoldeoccidente.com

#SALUD | La Caja Costarricense de Seguro Social ha gestionado la compra de 8.8 millones de piezas de equipo de protección personal para la atención de la emergencia COVID-19, informó el ingeniero Luis Fernando Porras, gerente de Logística.

El gerente dijo que el costo proyectado de compra de estos insumos asciende a 11.5 millones de dólares, lo que evidencia el gran esfuerzo institucional para contar con el abastecimiento de estos insumos.

Logística ha estado trabajando en procesos de

Sube a 15 personas la cantidad de personas hospitalizadas por COVID-19, 6 de estos en cuidados intensivos

28/03/2020 Anyelin Campos Salud 0



- Pacientes en cuidados intensivos, con rangos de edad entre 36 y 66 años.
- 295 casos confirmados por COVID-19.
- Cierre de comercios de atención al público a partir de las 8p.m, comenzando hoy y por el fin de semana.

Anyelin Campos acampos@elsoldeoccidente.com

SALUD. El Ministro de Salud, Daniel Salas y el Presidente Ejecutivo de la CCSS, Román Macaya anunciaron hoy en conferencia de prensa la lamentable noticia del aumento en la cantidad de pacientes hospitalizados: 15 personas, de las cuales 6 se encuentran en cuidados intensivos, con rangos de edad entre 36 y 66 años.

"Con dolor y preocupación llegamos a 15 personas internadas, 6 en cuidados intensivos. Esto no es un juego. La responsabilidad de las muertes ante esta emergencia las vamos a cargar esperando a [googleads.g.doubleclick.net](https://www.googleads.g.doubleclick.net)... as. El movimiento de ayer en las calles refleja



elsoldeoccidente

Seguir

El Sol
Medio de comunicación de la provincia de Alajuela. San Ramón, Grecia, Palmares, Alajuela, Poás, Sarchí, Naranjo, Atenas, Zarcero.
#LeoElSol
www.elsoldeoccidente.com

michaelbarrantes_, pizza.loca, naoluna04 y 8 personas más siguen esta cuenta

UCR Sede de Occidente suspende actividades docentes y administrativas en los recintos de San Ramón y Grecia por casos sospechosos de COVID-19

12/03/2020 Anyelin Campos Educación, Salud 0



- Las clases en la UCR sede occidente se restauran hasta el miércoles 18 de marzo.
- Medidas se toman previendo la posibilidad de un aumento de los casos de contagio.

Anyelin Campos / acamos@elsoldeoccidente.com



Nuevo sencillo de Cali y el Dandee junto a Sebastián Yatra "Locura" enloquece a sus fans

20/05/2020 Anyelin Campos 0

Su nuevo álbum 'Colegio' ha obtenido más de 10m de vistas en Youtube y se encuentra en la lista global top 200 de Spotify en mas »



Costa Rica tiene un nuevo feriado: 1 de diciembre como día de la Abolición del Ejército

20/05/2020 Anyelin Campos 0

Ley reforma el Código de Trabajo para incluir esta fecha como feriado de pago no obligatorio e instruye al Poder Ejecutivo a organizar actos oficiales mas »



Salud reafirma necesidad de controles sanitarios para transportistas

20/05/2020 Anyelin Campos 0

Anyelin Campos | acamos@elsoldeoccidente.com SALUD | El Ministerio de Salud, a través de la Dirección de Regulación de Productos de Interés Sanitario, alerta a la mas »



¡Alerta! Productos sin Registro Sanitario son distribuidos por Servicios y Comercializadora Wilisa S.A

19/05/2020 Anyelin Campos 0

Anyelin Campos | acamos@elsoldeoccidente.com SALUD | El Ministerio de Salud, a través de la Dirección de Regulación de Productos de Interés Sanitario, alerta a la mas »

DIGITAL **El Sol** Sale para todos...
Un periódico de verdad
SELO DE GARANTIA
CONSEJO DE REGULACIONES DE COSTA RICA
PYME
ID PYME: 35053

INICIO ▾ EDICIÓN DIGITAL CANTONALES ▾ NACIONALES ECONOMÍA Y FINANZAS SALUD ▾ ESPECTÁCULOS

ARTE Y CULTURA EDUCACIÓN TURISMO DEPORTES PAUTA PUBLICITARIA PERIODISTAS ▾ COLABORADORES ▾

Alcanza la sostenibilidad

Utiliza un software de gestión ambiental para alcanzar la sostenibilidad en tu empresa

www.tps-rc.com ABRIR

Huawei lanza seis nuevos dispositivos
11/09/2020 José Paniagua 0

La marca fortalece su estrategia de ecosistema al ofrecer productos para todos los escenarios. José Paniagua Arias | jose@elsoldeoccidente.com En un evento virtual, Huawei fortalece mas »

los accidentes de salud y seguridad en la población
#SomosSeguros

ZOÉ presenta "KARMADAME" tercer sencillo de su séptimo álbum de estudio
11/09/2020 Anyelin Campos 0

Vea el video en el interno de la nota Anyelin Campos | acamos@elsoldeoccidente.com ESPECTÁCULOS | La dualidad como punto de partida para crear una composición mas »

RECIBA NOTICIAS EN SU CORREO

Digite su correo

SUBSCRIBIRSE

San Ramón y Palmares acatan medida del Gobierno de cancelar eventos masivos

09/03/2020 Anyelin Campos | Palmares, Salud, San Ramón | 0



- Se reprograman actividades masivas como Tope de la Cruz Roja en San Ramón y Occidente Beer Fest en Palmares.
- El objetivo de todas estas acciones es mitigar la transmisión del virus.

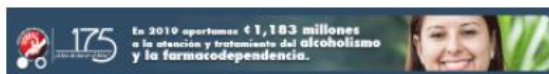
Anyelin Campos / acampos@elsoldeoccidente.com

SALUD. Ante los casos nueve casos confirmados y los 22 sospechosos de COVID-19, el Ministerio de Salud en coordinación con la Comisión Nacional de Emergencia (CNE) y las entidades que participan en el COE informaron hoy que a partir de mañana 10 de marzo se cancelan los eventos y actividades de concentración masiva, tanto gratuitos como pagados.

En el cantón ramonense el ya tradicional Tope de San Ramón de la Cruz Roja San Ramón, organizado

Sube a 15 personas la cantidad de personas hospitalizadas por COVID-19, 6 de estos en cuidados intensivos

28/03/2020 Anyelin Campos | Salud | 0



- Pacientes en cuidados intensivos, con rangos de edad entre 36 y 66 años.
- 295 casos confirmados por COVID-19.
- Cierre de comercios de atención al público a partir de las 8p.m., comenzando hoy y por el fin de semana.

Anyelin Campos acampos@elsoldeoccidente.com

SALUD. El Ministro de Salud, Daniel Salas y el Presidente Ejecutivo de la CCSS, Román Macaya anunciaron hoy en conferencia de prensa la lamentable noticia del aumento en la cantidad de pacientes hospitalizados: 15 personas, de las cuales 6 se encuentran en cuidados intensivos, con rangos de edad entre 36 y 66 años.

"Con dolor y preocupación llegamos a 15 personas internadas, 6 en cuidados intensivos. Esto no es un juego. La responsabilidad de las muertes ante esta emergencia las vamos a cargar todos, producto de nuestras actitudes insensatas. El movimiento de ayer en las calles refleja

Gimnasios están cerrados: personas tendrán que sustituir sus rutinas de gimnasio por entrenos desde casa

19/03/2020 Anyelin Campos | Vida y Salud | 0



- Everlast Latinoamérica compartirá en sus redes sociales consejos de especialistas de 7 países de la región, para que usted también cuide de su condición física.

Anyelin Campos / acampos@elsoldeoccidente.com

SALUD. La cercanía de la tecnología y las redes sociales funcionan como una excelente plataforma para mantenerse activo en este momento donde muchos países del mundo están en cuarentena por el COVID-19.

Usted puede evitar el sedentarismo con las rutinas de entrenamiento que 27

¿Cuánta agua está consumiendo un costarricense en tiempos de COVID-19?

29/03/2020 Anyelin Campos Nacionales 0



- En promedio cada costarricense consume 323 litros de agua más que lo recomendado por la OMS.

Anyelin Campos acampos@elsoldeoccidente.com

#NACIONAL | En tiempos de pandemia, el agua es una de las herramientas más importantes para evitar el contagio, implementando el constante lavado de manos y la limpieza frecuente y profunda.

Sin embargo, la realidad de muchos sectores del país especialmente en el área metropolitana es preocupante pues han sufrido constantes cortes y faltantes del recurso hídrico en esta época tan crítica.

erando a [googleads.g.doubleclick.n...](https://www.googleads.g.doubleclick.n...)

Actividades de la Municipalidad de San Ramón en la segunda semana de marzo

14/03/2020 Anyelin Campos San Ramón 0



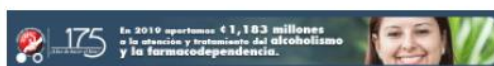
Anyelin Campos / acampos@elsoldeoccidente.com

SAN RAMÓN. Al igual que todas las semanas, el municipio ramonense ha trabajado en diferentes sectores del cantón, entre sus principales obras las cuadrillas municipales finalizaron los proyectos de asfaltado en Alto de Lidia, por ambos sectores tanto en Volio como en Ángeles, donde se colocaron 600 metros de carpeta asfáltica en total.



Correos lanza plataforma en línea para llevar alcohol antiséptico de Fanal a todo el país

14/03/2020 Anyelin Campos Nacionales, Salud 0



- Allianza permitirá abastecer a población de todo el país de esta solución.
- Correos creó crpreviene.com para vender el producto en línea y entregar a domicilio a partir del próximo martes.
- Cada persona podrá tener acceso a dos unidades, con el objetivo de prevenir la especulación, lograr una distribución equitativa y proteger a las personas.
- Última actualización contabiliza 27 casos confirmados y 415 descartados.

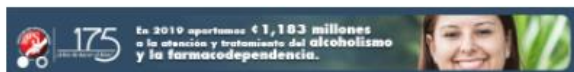
Anyelin Campos / acampos@elsoldeoccidente.com

SALUD. A partir del próximo martes usted podrá adquirir en línea la solución alcohólica antiséptica para higiene de manos que la Fábrica Nacional de Licores (Fanal) produce en envase de 350 ml, fórmula recomendada por la Organización Mundial de la Salud.



No caiga en engaños, estos productos NO previenen el COVID-19

13/03/2020 Anyelin Campos Salud 0



- Dirección de Regulación de Productos de Interés Sanitario alerta a la población sobre productos fraudulentos.
- Productos pueden ocasionar demoras en el diagnóstico y tratamiento adecuados de COVID-19.

Anyelin Campos / acampos@elsoldeoccidente.com

SALUD. El Ministerio de Salud, a través de la Dirección de Regulación de Productos de Interés Sanitario, alerta a la población en general sobre la detección en el mercado nacional de productos destinados a prevenir o tratar el Coronavirus 2019 (COVID-19), lo que representa un riesgo para la salud de la población ya que el uso de estos productos puede ocasionar demoras en el diagnóstico y tratamiento adecuados de COVID-19.



Asistente virtual le podría ayudar a dejar de fumar

17/04/2020 Anyelin Campos Salud 0



- Cuatro de las personas hospitalizadas hoy en nuestro país por COVID-19, comparten el tabaquismo como factor de riesgo.
- Personas interesadas deben ingresar al Facebook "Dejar de Fumar y Vapear".

Anyelin Campos acampos@elsoldeoccidente.com

SALUD | El Ministerio de Salud, la CCSS y el IAFA habilitaron un BOT o Asistente Virtual a través de Facebook/Messenger para apoyar a los ciudadanos que desean dejar el tabaco.

Aquellas personas que estén interesadas en acceder a la plataforma, deben ingresar al Facebook "Dejar de Fumar y Vapear", ahí van a poder interactuar con el BOT que les permitirá programar una fecha en la que se proponen dejar el tabaco.

La plataforma los acompaña por 17 días antes de la fecha propuesta con herramientas y actividades que van a ayudar al cuerpo y la mente a prepararse para el cambio. Posterior a la llegada de la fecha en que decidió dejar de fumar o vapear, el BOT lo acompañará por 90 días más para motivarlo.

Fuerzas Vivas del cantón organizan campaña "San Ramón Unido"

05/04/2020 Anyelin Campos San Ramón 0



- Pequeñas y grandes empresas, también familias o particulares pueden donar.
- Campaña solidaria es a beneficio de aquellas familias que, a causa del COVID-19, han perdido sus empleos o se encuentran con contratos suspendidos.

Anyelin Campos acampos@elsoldeoccidente.com

Amazon crea más de 2000 nuevos puestos en Costa Rica

20/04/2020 Anyelin Campos Nacionales 0



**IDISFRUTE DE LA MEJOR EXPERIENCIA
AL UTILIZAR SU BANCA EN LINEA!**



- Los interesados pueden aplicar en [amazon.jobs](#)
- Muchos de los puestos virtuales y presenciales aplican a beneficios como seguro médico y odontológico privado desde el primer día.
- Puestos con requerimientos en idiomas como Inglés, español, alemán, portugués, francés e italiano.

Anyelin Campos | acampos@elsoldeoccidente.com

#EMPLEO | Amazon.com, Inc. anunció hoy que planea crear más de 2000 nuevos puestos a tiempo completo y parcial en Costa Rica. Los nuevos colaboradores reforzarán el servicio de clase mundial que Amazon brinda a sus clientes en Europa, Norteamérica y América del Sur en idiomas como inglés, español, alemán, portugués, francés e italiano.

"Desde que abrimos nuestro primer centro de servicio al cliente en 2008, hemos contratado más de 9000 colaboradores", comentó Alejandro Filloy, Director de Servicio al Cliente para América Latina. "Nuestro equipo es cada vez más grande y destaca por el talento excepcional que hemos

Samtec contratará 150 personas y donará fondos y mascarillas para emergencia del COVID-19

17/04/2020 Anyelin Campos Nacionales 0



**IDISFRUTE DE LA MEJOR EXPERIENCIA
AL UTILIZAR SU BANCA EN LINEA!**



© Clay Cook 2019

- Empresa donará 800 mascarillas N95 a la CCSS y US\$25 mil para compra de equipo de diagnóstico y pruebas.
- Expansión de la empresa en Costa Rica permitirá ampliar equipo humano en los siguientes meses.

Anyelin Campos | acampos@elsoldeoccidente.com

EMPLEO | La empresa estadounidense Samtec, anunció su expansión en el país por lo que contratará 150 colaboradores más que se sumen a los 1.010 que actualmente tiene.

Como parte de los esfuerzos para ayudar en la emergencia sanitaria a causa del COVID-19, la empresa donará 800 mascarillas N95 a la CCSS.

2.085 costarricenses repatriados desde el inicio de la pandemia

12/05/2020 Anyelin Campos Nacionales 0



- Embajadas y consulados continúan trabajando para lograr el retorno de 728 costarricenses que aún permanecen fuera de Costa Rica.
- Alrededor del mundo se han registrado 82 costarricenses positivos por COVID-19 que permanecen en el extranjero.

Anyelin Campos | acampos@elsoldeoccidente.com

NACIONAL | Un total de 2.085 personas provenientes de 83 países han regresado al país, gracias a la acción liderada por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto desde San José y a través de las embajadas y consulados, con el apoyo de la Dirección General de Migración y Extranjería, y de la Dirección General de Aviación Civil, entre otras instituciones.

Precisamente, la noche de este martes estará ingresando al país un vuelo procedente de Madrid, España con casi 300 personas procedentes de varios países.

Así lo dio a conocer este martes en conferencia de prensa el Canciller Rodolfo Solano

82 personas regresan a suelo nacional gracias a un vuelo chárter desde Miami

23/04/2020 Anyelin Campos Nacionales 0



- Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto ha apoyado en su regreso a Costa Rica a un total de 1.303 personas desde 76 países distintos.

Anyelin Campos | acampos@elsoldeoccidente.com

NACIONAL | El pasado miércoles, un vuelo chárter permitió el retorno al país de un grupo de 82 personas que se encontraban Miami, Estados Unidos, sin posibilidades de viajar de regreso a raíz de la suspensión de vuelos, como consecuencia de la pandemia global del COVID-19.

El Consulado General de Costa Rica en Miami confirmó que el vuelo, operado por Avianca Airlines, partió desde el aeropuerto Internacional de Miami a las 17.00 hora local, y llegó a

“Mi Negocio Abierto” una iniciativa que pretende que micro y pequeños empresarios reactiven sus negocios

20/05/2020 Anyelin Campos Nacionales 0



- Ventas de detallistas cayeron un 20-30% durante la pandemia del COVID-19.
- Sector económico busca atraer a sus clientes y consumidores a través de la implementación de buenas prácticas comerciales.

Anyelin Campos | acampos@elsoldeoccidente.com

NACIONAL | Con el objetivo de resguardar la salud e integridad de alrededor de 13.000 micro y pequeñas empresas del sector comercio en el país. Así como la de sus

Sea parte de un trueque solidario y ayude a 16 familias ramonenses

11/06/2020 Anyelin Campos San Ramón 0



¡DISFRUTE DE LA MEJOR EXPERIENCIA
AL UTILIZAR SU BANCA EN LINEA!



Anyelin Campos | acampos@elsoldeoccidente.com

SAN RAMÓN | La organización Árbol de Esperanza en San Ramón esta realizando un trueque solidario a beneficio de 16 familias que se encuentran en situación de necesidad crítica a raíz de la pandemia por COVID-19.

La dinámica se basa en llevar alimentos para donar a cada uno se le otorgará un valor el cual podrá intercambiar su donación por otro artículo como bisutería, bolsos, peluches, ropa, herramientas, juguetes, artículo para el hogar y más.

Instrucciones:



Transcripciones

Entrevista Anyelin Campos.

Pregunta 1: ¿Cómo ha sido el acompañamiento que han brindado las autoridades respectivas a los medios de comunicación regionales respecto a los cambios y novedades referentes a la pandemia?

Respuesta:

Unas semanas después de que empezó el Covid acá en Costa Rica nos unieron a un grupo en WhatsApp por regiones, por ejemplo, hay un grupo en WhatsApp con todos los medios de Alajuela en el que estamos y también hay uno de presidencia donde se dan todos los comunicados oficiales de casa presidencial y del poder ejecutivo. El de medios regionales de Alajuela, tenemos exactamente en el mismo momento la información de todos. [...] Entonces en cuanto al acceso de la información, bueno al menos yo, no tengo nada de qué quejarme, la verdad cuando se han hecho consultas se ha pasado al aire, también a veces hay consultas que si no están dentro de la temática de la conferencia se remiten a un correo del Ministerio de Salud que nos permite como medio independiente hacer la consulta que nosotros tengamos específica.

Pregunta 2: ¿La información brindada por parte de las autoridades ha sido útil y equitativa para todos los medios de comunicación?

Respuesta:

La información referente al tema Covid-19 que mi persona pudo recolectar es información que como mencionaba todos los medios están teniendo al mismo tiempo, además es información de gran relevancia, porque cuenta con el respaldo de las autoridades respectivas

que la están facilitando, por lo que cuenta con el elemento de la veracidad, lo que actúa como respaldo para el medio.

Pregunta 3: ¿Obtuvo realmente una preparación para poder cubrir la crisis de manera adecuada?

Respuesta:

Se escuchaban noticias de un nuevo virus al otro lado del mundo, y se informaba sobre esto pero realmente no se esperaba que llegara a América Latina, al menos no tan rápido, por eso nos tomó un poco desprevenidos sobre el cómo debíamos hacer nuestro trabajo, porque además realmente yo no recuerdo que en la universidad nos hayan preparado para llegar a cubrir una crisis sanitaria como la que se vive por el coronavirus, y no existe, hasta donde yo sé, un manual que nos de las bases para ir a cubrir temas de este tipo.

De igual forma el periodismo se hace en la calle, el periodismo se hace yendo a realizar la cobertura, el periodismo no se hace sentado, no se hace leyendo manual, pero por supuesto no está de más tener una ayuda brinde bases, porque al menos la última eventualidad de este tipo se dio hace 100 años, entonces no se ha desarrollado ningún manual con el que se cuente, tal vez los profesores nos pintan una imagen de cómo puede resultar una cobertura de alguna situación atípica, pero no una crisis de este tipo que ellos hayan vivido.

Además hay una parte que siento yo que se debe tomar muy en cuenta en el ejercicio del periodismo y dentro del estudio no se toma mucho en cuenta y es la parte emocional, al menos a mí, yo estaba con la carga de estudiar, es un tema nuevo, nadie realmente conoce la situación, es algo nuevo, y llega el punto donde usted tiene que informar de la manera más clara, y tenía que entender primero yo para plasmar una nota que pudieran consumir y daba miedo salir a cubrir y contagiarse.

Pregunta 4: ¿Qué línea sigue el medio para cubrir el Covid-19?

Respuesta:

Al menos en el medio El Sol de Occidente, nuestro medio tiene una línea editorial positiva y propositiva, tratamos de informar lo más posible de una forma positiva valga la redundancia, ósea viéndole siempre el lado bueno a las cosas, nosotros no cubrimos sucesos, no cubrimos nada que tenga que ver con control de drogas ni nada de esos temas.

Pregunta 5: ¿Qué línea sigue el medio para cubrir el Covid-19?

Respuesta:

Como nosotros cubrimos específicamente occidente, estábamos muy a la expectativa del momento del primer caso de la zona, principalmente de San Ramón, aunque no queríamos que llegara. Yo sabía que para San Ramón iba a ser muy fuerte porque es el cantón que principalmente cubrimos y es de los cantones más grandes de occidente y uno empieza a conocer a los lectores que consumen la información del medio.

Al cubrir salud tengo mis contactos en las áreas de salud, empezaron los casos en Grecia, Palmares y al final San Ramón, empiezan los rumores, porque como hay tanto tabú generalmente uno se empieza a enterar por la gente, y me empiezan a preguntar si es cierto que ya se confirmó un caso en San Ramón, en ese momento me lo confirmó el director del hospital de San Ramón, una fuente confiable.

Importante es que esa información salió después de entregar el corte del día a la Caja, entonces la información salía en conferencia hasta el día siguiente, consulté con la dirección del medio y me dieron bandera blanca para publicar la primicia y tuvimos una ola de reacciones negativas, pienso que fue por el miedo que había al inicio. Como todas nuestras notas van firmadas, en ese caso era mi firma, y como es un medio positivo y nunca tocamos temas controversiales, nunca habíamos tenido amenazas, menos personales en mi caso, y es la nota que ha tenido más alcance en el medio por los comentarios negativos y amenazas que hacía inclusive de manera privada.

El director regional de la caja a nivel de San Ramón me llamó para de cierta forma regañarme por publicar una información que el Ministerio de Salud no había confirmado. Las autoridades tienden a creer que por ser medios pequeños nos pueden manipular, porque nadie fuera de la conferencia tenía permitido dar declaraciones, menos doctores. Y cuando al día siguiente el ministerio confirmó que no solo había uno, sino dos casos en el cantón, las olas negativas bajaron y siguió el trabajo normal.

Entrevista José Luis Mora.

Pregunta 1: Desde su punto de vista como profesional, ¿por qué es importante realizar manuales de estilo para atender el Covid en los medios de comunicación en general y para la cobertura de eventos como las crisis que no se viven tan seguido como los sucesos o la política?

Respuesta:

Para empezar, soy uno de los que como profesional en comunicación y por mi carrera, cualquier medio de comunicación pienso que debería tener un manual de estilo periodístico. Todos los medios de comunicación, no importa el tipo que sea, deberían tenerlo. ¿Qué es un manual de estilo? Representa una guía mediante la cual quienes trabajan en las salas de redacción de los medios puedan realizar actividades comunes integradas y que todo esto venga en beneficio de los públicos a los cuales se dirigen, ósea, que quienes participan en estos medios sepan cómo hacer bien las cosas y que todos vayan en una misma dirección en el medio, tanto en los principios del idioma como en los procesos. Entonces en un principio yo sugiero, y siempre lo he dicho así, todo medio de comunicación debería de tener una guía o manual de estilo periodístico; cada medio lo adapta a sus circunstancias, ósea un periódico y un radio tienen características diferentes en los manuales.

En el caso de un medio regional, si bien puede adoptar principios en estos manuales, hay asuntos muy particulares que se deberían considerar, porque los públicos, la razón de ser, todo es muy diferente en medios regionales, donde se respeten asuntos de idioma, estilo y demás, el manual entonces reúne parámetros o particularidades del tema que se está cubriendo en los medios.

Pregunta 2: ¿Existe ya alguna guía para la cobertura de crisis o desastres a nivel nacional?

Respuesta:

Efectivamente hay un manual de estilo patrocinado por entidades como la Caja Costarricense del Seguro Social, la Comisión Nacional de Emergencias y varias más, este manual está delimitado a cuando los periodistas cubren este tipo de eventualidades, normas que hay que seguir, cuidados que hay que tener, protocolos que quizás no se habían contemplado como la nueva terminología relacionada al desastre que se está cubriendo y las cuales no estaban documentadas en un solo lugar.

Pregunta 3: ¿Cuáles serían los 5 aspectos que usted José Luis, personalmente y como profesional en comunicación no podría dejar de lado al realizar un manual de estilo, obviando el aspecto de redacción básicos como pirámide invertida, títulos no muy largos y demás?

Respuesta:

Primeramente y es súper importante la utilización de un lenguaje adecuado a las circunstancias. Considerar aspectos éticos fundamentales en temas de salud. Asuntos legales, vamos a lo mismo, son temas de salud y personales, hay algunas acciones que como periodistas

éticos no podemos realizar. Responsabilidad de manejo de fuentes informativas, y sobre todo evitar la especulación en la información, me refiero a informar siempre adecuadamente y con la verdad. Por ahí va, si estos 5 aspectos se conjugan, aparte de la estructuración y conceptos bases, se crearía una herramienta muy útil.

Pregunta 4: ¿Ha logrado observar la diferencia entre medios que utilizan esta herramienta, los que no, y cómo afecta eso al consumo de información?

Respuesta:

Si claro, hay ocasiones en que se dan a ver, la proliferación de medios de comunicación en los últimos años y más con el acceso a los medios digitalizados es enorme, y los que son fiables y confiables son bastantes sí, pero hay muchos medios en los cuales no se pueden confiar, principalmente los que son completamente digitales. Pero los medios confiables uno sabe que llevan a cabo protocolos, medios tradicionales como la Nación, El financiero, El País, El Clarín, medios que se sabe están ahí, puede ser que se equivoquen, pero se sabe que poseen normas. Hay una gran responsabilidad de los medios que deberían informarse correctamente, como hay responsabilidades de buscar cómo se educa a la población para que sepa discernir ante las Fake news.

Pregunta 4: Siguiendo las normas de un manual de estilo y adaptándolo al caso de la crisis por el Covid-19 ¿Es más importante copiar los comunicados de prensa que brinda el gobierno para obtener primicia o darle la identidad al medio regional y la comunidad a las notas?

Respuesta:

Sigo insistiendo en que no hay que salir primero, hay que salir mejor. Si usted trata de salir primero sin la información bien estructurada o fundamentada se puede equivocar. Es mejor esperarse un momento para hacer el trabajo de mejor una manera, eso debería estar en un manual de estilo para los medios, aún más los regionales, tomamos la información del comunicado pero la vamos adaptar al medio, al público al que se dirige, vamos a agregar nuevos elementos, por ejemplo un manual de estilo regional debería decir que dentro de la información obtenida vamos a utilizar lo que afecte al público de ese medio. Por ejemplo, puede ser que aumentaron los casos de Covid en el país y me interesa lo general, pero debo enfocarlo en los casos del cantón o la zona de occidente en este caso, darle ese aspecto de humanidad más que números o contagios nuevos pues son seres humanos, vecinos del cantón, conocidos.

Grupo focal de periodistas.

Pregunta 1: Como periodistas con experiencia trabajando en medios de comunicación durante la pandemia provocada por el Covid-19, ¿qué observa en la titulación de las distintas notas sobre el tema?

Respuesta Andrés Parra: “O sea, me está explicando la información, pero siento yo que es algo demasiado tradicional; y con tantos medios digitales que existen ahora, no es algo que me llame la atención.”

Respuesta Jennifer Pazos: “A ver, yo básicamente lo que creo y desde el inicio lo he visto, es que la mala cobertura que se ha dado, llámese medio regional o llámese medio tradicional, está en la cero preparación del periodista en la parte de salud, entonces básicamente qué estamos haciendo, trayendo un titular de sucesos a un tema de crisis sanitaria que no sabemos manejar, no sabemos cómo interpretar los datos, como interpretar lo que está pasando con información importante de salud porque no la tenemos. Nunca nos han preparado a nosotros para dar una cobertura de estas, entonces básicamente lo que estamos haciendo es agarrar un titular de sucesos o un titular de política en un tema de salud donde no calza porque en realidad no me está diciendo nada más de lo que se sabe, que todo se cerró y no viene a aportar absolutamente nada.”

Respuesta Sergio Araya: Con los títulos tiene varios problemas entre los que destacan la ambigüedad en la redacción, el tema que se trata a pesar de ser conocido, no se menciona (solo en uno) y no se puede pensar que los demás saben de qué estoy hablando.

Respuesta Ronny Gudiño: Algo que ha dejado en evidencia esta pandemia es que los medios de comunicación se han contenido a escribir lo mismo que hace la competencia, la diferencia puede ser el titular y en algunos casos, el enfoque.

También pone a prueba la creatividad del periodista para presentar la información que todos tienen, de forma atractiva, por medio de, por ejemplo o un titular creativo. Aunque sí, en eso influye notoriamente el editor o el director, que, en algunos casos, si se me permite la expresión, no permiten que salga el periodista de lo rutinario.

En estos casos que se presentan notas diferencias, porque hay notas que, aparte de ser sumamente extensas, lo que le resta posicionamiento en Google, lo considero genérico.

Todavía más, hay notas que sí tratan de vender lo positivo, no apelar al miedo que es lo que vende, pero de nuevo se cae en lo genérico. Algunas pocas inclusive me gustan más porque le habla de usted al público, a usted le interesa esta información; podría mejorarse para hacerlo mejor, pero esfuerzo sí hay.

Respuesta Mario Taboada: Conuerdo con los compañeros, se nos ha enseñado que si un titular es muy largo no vamos a consumir el resto de la nota, no va a generar clic porque el título ya describe lo que se desarrolla en el texto, esto hace que el medio pierda interacción, los títulos cortos pero informativos dejan al lector con ganas de saber que sucedió.

Pregunta 2. ¿Qué me brindan estos titulares fuera de lo que ya se me explica con Telenoticias, Repretel u otros medios colectivos?

Respuesta Andrés Parra: Interferencia. Simplemente repiten otras noticias.”

Respuesta Jennifer Pazos: Como dije al inicio, el problema aquí es que no se está asociando con el tema de salud, se asocia con la economía y tiene sucesos, pero no hay un espacio especializado en la parte de salud y cuando tenemos ese tipo de dato, no sabemos qué hacer con ello. Ponemos treinta y siete casos positivos, pero no sabemos qué hacer con este manejo de la información. Son treinta y siete casos, pero ¿qué representan?, ¿qué significan?, ¿qué implican esos treinta y siete casos nuevos en las últimas 24 horas? Al no tener esa capacidad de interpretar bien los datos, ponemos un titular así incluso para generar caos y estresar en ese momento a la gente de que “Uy vean que montón, son treinta y siete casos” o por el contrario a los que no creen en la pandemia decir “Tanta vaina para treinta y siete casos” y no estamos dándole el uso adecuado a la información para decirle a la gente lo que implica treinta y siete casos. Entonces a mí no me parece absolutamente nada; igual lo puedo ver en ese momento estaría en la conferencia de prensa entonces no me hace falta meterme a la página porque en la conferencia lo van a decir.

No solo la titulación está pésima, es lo que digo se demuestra incluso en los ocho meses que llevamos de pandemia, que al día de hoy, el periodista no sabe interpretar la información y nada más la tira en la chorreada tal cual el Ministerio la da porque no se ha desarrollado esa capacidad de decir ¿Qué significa esto?, ¿Qué está aportando esto al país?, ¿Qué es lo importante de la cantidad nueva de casos positivos en el país? Es nada más chorrearlo porque al día de hoy no sabemos interpretar los datos y si yo no sé interpretarlos, no le voy a hacer un sancocho al que esté leyendo, entonces nada más lo tiro así para que él interprete lo que quiera

interpretar. Ya sea que él que no crea en la pandemia diga “Son solo treinta y siete casos.” o él que crea en pandemia y está neurótico diga “Vamos a morirnos porque son treinta y siete casos.

Respuesta Sergio Araya: Realmente me aportan todas las notas en unas pocas palabras qué es el título, y no debería ser así, el título está creado para que genere en el consumidor esa intriga por saber qué sucedió.

Respuesta Ronny Gudiño: No me dicen nada, para ese caso perfectamente puedo sintonizar los canales grandes que usted mencionaba.

Respuesta Mario Taboada: Conuerdo con mis colegas en que los titulares no son atractivos, pero al ser un medio escrito y no uno televisivo como Teletica o Extra-Tv, el contenido de las notas varía en muchas ocasiones.

Respuesta Andrés Parra: “Sí, de hecho. Además, yo quiero aportar algo más a lo que está diciendo la profe. Que es como le digo, una réplica del comunicado de prensa que pasa el Ministerio de Salud todos los días. De verdad no tienen como un enfoque de toda la pandemia desde las familias afectadas, también lo llamaría falta de creatividad. Todo va de la mano con que no estamos preparados.”

Pregunta 3. Respecto a la parte de imagen, ¿Les comunica algo la imagen o simplemente se ve como si nada más necesitara poner algo de relleno o pusieron lo primero que se les vino a la mente?

Respuesta Jennifer Pazos: “A ver, en este momento en el que traes al periodismo que todo tiene que ser para ya, todo es para ya. Evidentemente es la primera foto que aparezca, ya sea la primera que manda el Ministerio de Salud o presidencia, o ya sea la primera que saca que tenga al ministro o a Carlos Alvarado. Pero en este momento ya es pecado general de todos los medios de comunicación utilizar fotografías ilustrativas porque no da tiempo; todo tiene que ser en el momento, sacar la primicia y con eso va incluido la fotografía. Entonces no es nada más pecado este medio sino pecado de todos los medios digitales en este momento.

Respuesta Andrés Parra: “Yo pienso igual la verdad. Tal vez a veces hasta algunos medios con ciertas ideologías también utilizan la misma imagen. En este caso considero lo mismo que la profe, definitivamente es la imagen que llega con el comunicado del Ministerio de salud.”

Respuesta Sergio Araya: Las imágenes o fotografías que utilizan en el medio deben informar, en radio el tono de mi voz e intención comunican al radioescucha, en prensa escrita

las imágenes complementan, no solo están de relleno, hay que tomar o buscar imágenes que cumplan esta función.

Siempre se debe buscar mejorar, aunque el medio sea el mejor. No conozco a fondo el trabajo de los colegas, pero partiendo de lo analizado, los contenidos y el tratamiento que le dan a las informaciones puede ser mejor.

Respuesta Ronny Gudiño: No está mal usar la infografía que viene en el comunicado, pero solamente esto no basta, porque en ocasiones es la misma información que estamos describiendo dentro de la nota, un medio regional podría usar la información delimitada de la zona de cobertura del medio y crear su infografía, va a informar más al lector las estadísticas de su cantón que a nivel nacional porque las puede encontrar en todos los medios.

Creo que en ocasiones cuando se es un medio pequeño se comete el error de copiar o asumir, que lo hace el medio grande es el buen periodismo, cuando no es así; de hecho, en medios grandes también se ha tomado la maña de copiar lo que hace la competencia, sin pruebas antes de que lo que hicieron es lo ideal o no.

En medios pequeños hay mayor libertad para probar, para tratar de realizar enfoques distintos, hacer notas humanas y sin tener que hacer una réplica exacta de los datos, básicamente no dejarse vencer porque la agenda en los últimos meses es Covid-19 y nada más.

Esta pandemia ha justificado la cantidad y la velocidad, en lugar de hacer cosas distintas. Las mismas cabezas de los medios quieren comunicados exactamente iguales pegados en el sitio y por eso vemos mucha información exactamente igual.

Respuesta Mario Taboada: La línea de medio debe estar presente en la parte gráfica de la nota, como decía el profe Sergio, las imágenes deben traer información relevante para el público, deben comunicar siempre, no solamente copiar el comunicado.

Pregunta 4. Viendo los titulares de muchas de las notas de inicios de esta pandemia y como profesionales de la comunicación, ¿Cómo mejorarían la cobertura?

Respuesta Jennifer Pazos: Yo, cómo mejoraría la cobertura, empezando porque si estamos en un terreno desconocido, yo mando a un periodista y le digo “Vaya busque a un especialista de la escuela de epidemiología de la UCR, vaya investigue, vaya empápese, vaya sepa de lo que usted va a hablar antes de decir algo.” Otra cosa que mejoraría, si hay que sacar todo por el tema de inmediatez, pero no está escrito en piedra, todo se puede modificar, saque la nota por tema de inmediatez, pero luego la puedo nutrir, luego la puede variar o puedo sacar

otra nota donde esto interpreta los datos y donde estoy dando algo enriquecedor para la gente que va más allá de lo que el Ministerio de Salud y el gobierno nos estaban dando para que pudiéramos.

Respuesta Andrés Parra: En mi posición, con respecto a la cobertura del medio, creo que tomando en cuenta que es un medio regional que no es tan pequeño, porque es seguido por veintiuna personas. Para las métricas que hiciste en el ámbito nacional con respecto a los medios digitales; para ser un medio tan viejo, para mí sufre una decadencia periodística y su creatividad profesional, por así decirlo, se queda muy corto a la hora de la cobertura. Porque si bien están haciendo o están realizando una cobertura con periodicidad diaria, la cobertura no muestra o tiene un sustento que pueda explicar a las personas por qué hay que cuidarse, por qué tienen que poner atención a estas estadísticas o a estos números que salen todos los días. También para mejorar la cobertura, como estamos en un terreno desconocido, la prueba y el fallo creo que sería algo inminente y no sería descabellado pensar que podemos sacar nuevos nichos y nuevos enfoques utilizando periodismo tradicional en sus diferentes apartados y darle el toque apreciativo y demostrativo; darles notas con sentido y dirigidas hacia un público que ellos tengan definido. Creo que como periodistas están imitando a lo que genera el gobierno con respecto a estos números y quizás no genere un pánico enorme, pero genera disconformidad.

Respuesta Sergio Araya: Si el público meta es 100% regional, a pesar de tocar temas nacionales, con en ese caso lo era el Covid-19, deberían especializarse o enfatizar en el cantón o cantones los cuales son su público meta.

Respuesta Ronny Gudiño: Más ejemplos de personalización, decirle y tener siempre en mente, ¿cómo afecta o beneficia esto a mis lectores?, enfocarse en la región como prioridad, eso antes que nada y luego sí dar los datos generales. Y yo entiendo que por lo general los medios de comunicación regionales son, por lo general, los que menos presupuesto tienen a la mano, pero sí considero que se están dejando varios formatos de comunicación periodística como lo son las entrevistas o trabajo investigativo. Si quieren, un ejemplo claro de lo que estoy hablando, siempre se puede tomar como referencia La Voz de Guanacaste, que para mi gusto, está entre los mejores medios regionales del país.

Respuesta Mario Taboada: Es importante informar sobre el acontecer nacional, pero si estamos hablando de un medio regional. Ellos mismos al darse ese nombre están delimitando

las zonas de cobertura que abarcan para generar el contenido, las notas, los reportajes que publican en el sitio web del medio, en Instagram o Facebook,

Pregunta 5. Andrés Parra y compañía forjaron un medio desde cero; si en este caso “El ciudadano” o “Agenda” en su momento, fuera un medio regional ¿Se interesaría en cubrir este tipo de temas a nivel nacional como lo hacen estos medios o se enfocaría en informar a la gente lo que sucede en el contexto de la comunidad específica a la que se está cubriendo?

Respuesta Andrés Parra: Yo diría que tendría más que ver con la región porque mi comunidad, Naranjo, exporta mucho trabajador a Alajuela y a San José entonces son unos enfoques que a la gente le interesarían si soy un medio regional, porque al fin y al cabo las personas que me van a leer la mayoría van a ser de Naranjo, de acuerdo con un estudio en los medios de comunicación. Y también creo que principalmente mostrarles a ellos las afectaciones y todo lo que está trayendo esta pandemia a lo que sería el cantón en este caso.

Pero un medio de comunicación no puede ser tan mediocre de quedarse dentro de la zona de confort en su cobertura, no si lo que el medio quiere es crecer y darse a conocer en el área de la comunicación. Pero darse a conocer por el excelente trabajo y la variedad de este y no por ser un medio que prefiere quedarse en la zona de confort dejando ir oportunidades únicas, en el caso de que se presenten oportunidades de crecer y llegar a tener más renombre a nivel país.

Respuesta Jennifer Pazos: Los medios necesitan enfocarse en su público meta y esto es algo complicado porque el periodista cuando empieza en un medio de comunicación nunca le enseñan las bases de la administración y del mercadeo y esto es fundamental conocerlo porque tengo que saber cuál es mi público meta, hacia quien voy a escribir, que mi público meta es de aquí hasta aquí, qué características tiene a nivel socioeconómico, a nivel de educación, a nivel de lenguaje, como les gustan que les hablen, como les gusta expresarse. Si ya tengo todo esto muy bien.

Respuesta Sergio Araya: Público meta, ese debería ser el corazón del medio, la información nacional si bien es de interés público en todas las comunidades se tiene más acceso a información específica de San Ramón o un medio que se delimite a Guadalupe.

Respuesta Ronny Gudiño: Los ciudadanos de estas zonas están más interesados en saber qué sucede cerca de ellos. Un medio que se dice ser regional y enfoca su cobertura a un

nivel más general está desviando su camino y el ciudadano pierde el interés en consumir más de lo mismo.

Respuesta Mario Taboada: El cliente, en este caso el consumidor tiene la razón, casi siempre, porque hay ocasiones en que es necesario informar lo que sucede en el país porque afecta directamente a la zona, como por ejemplo los arreglos en la Carretera San José-San Ramón, es una eventualidad nacional, pero que afecta directamente al occidente del país y el cantón alajuelense.

Un buen ejemplo es La Voz de Guanacaste, La Voz es un medio que ha sabido abrirse camino dentro del gremio de los periodistas ticos y dentro de los medios con renombre del país, y continúan con su identidad regional, porque supieron explotar herramientas que el mismo periodismo no frecuentaba, como la creación de reportajes, entrevistas de profundidad e incluso convertirse en un pionero del fotoperiodismo en el país, porque son casi nulos los medios que desarrollan este formato dentro de sus contenidos. La Voz encontró su sello diferenciador y ha logrado hacer que el país entero se dé cuenta de que este medio existe y vean el trabajo que están haciendo.

Grupo focal de consumidores.

Pregunta 1: Al entrar a la página del medio y ver las notas ¿qué es lo primero que ven?

Respuesta Anthony Alpízar: La imagen, es lo que atrae más a la vista. Si es una imagen que llame la atención me va a enganchar inmediatamente, aunque tal vez no comunique, pero si va a hacer que me de interés de leer la nota y ver por qué viene esa imagen.

Respuesta Rebeca Chaves: Me gusta que sea accesible, por ejemplo, veo las notas ordenadas y algunos accesos a las redes sociales del medio.

Respuesta Nazareth Mora: La imagen, soy muy visual y siempre me voy mucho por la imagen, porque no me satura de información como muchos de los títulos, la mayoría en el medio, lo hacen, la imagen como decía Tony me genera querer leer la nota, leyendo el título no tengo porque hacerlo.

La foto me refiere a mí al título, una imagen del Ministro Salas me habla de salud o política, un tema específico y si el título por ejemplo es medio amarillista probablemente que yo no lo abra.

Respuesta Wilmer Morales: Realmente en todo, para que una nota llame mi atención analizo un poco todo, título y foto, siento que una nota es un conjunto y si los pusieron juntos es porque hay una razón.

Respuesta Rodolfo Quirós: Foto, como Nazareth soy muy visual y me aburre ver tanto texto solo en un título.

Pregunta 2: ¿Cómo ven la imagen del medio cómo tal?

Respuesta Anthony Alpízar: Realmente el medio con esa imagen no me está diciendo mucho si no es que nada del todo, un medio no puede pretender que genere visitas o interacción si no comienzan con tener una imagen que se relacione en algo con el trabajo que ahí se hace al comunicar. ¿Un medio cuya imagen no comunica es capaz de cumplir con su trabajo de manera exitosa? De nada vale que se haga una buena redacción y producción de las noticias si no se comunica desde el inicio del medio.

Respuesta Rebeca Chaves: Es

Respuesta Nazareth Mora: Las

Respuesta Wilmer Morales: De

Respuesta Rodolfo Quirós: Foto

Pregunta 3: ¿Con títulos como los mostrados que cuentan hasta con más de 15 palabras, ¿entrarían a la nota para leer o no hace falta porque ya obtuvieron la información que les interesaba?

Respuesta Anthony Alpízar: El título prácticamente me dijo todo lo que me interesa, porque básicamente contesta todas las preguntas básicas en menos de un párrafo, ¿entonces para qué entrar a la nota?

Respuesta Nazareth Mora: Está de más decir características o detalles que se pueden incluir dentro del desarrollo de la nota. Llama más la atención, porque si el título dice todo, para nada voy a entrar.

Respuesta Rebeca Chaves: Conuerdo con los chiquillos, pero a mí personalmente me da más confianza poder entrar a la nota y leer más detalles, porque a veces no van al punto, pero con bastante información me genera esa confianza que he perdido en otros medios, debe haber un punto medio.

Respuesta Wilmer Morales: Un par de palabras no me dicen nada, pero el escribir como decía Anthony las preguntas básicas solo en el título tampoco me ayuda a quedarme en el medio y seguir leyendo. Debe haber un balance como decía Rebeca, algo que genere engancho y se haga correctamente.

Respuesta Rodolfo Quirós: Si entraría, porque según sea el medio donde se vea la nota, por cuestiones de informarse bien, es realmente necesario abrir la nota para ver si realmente es información certera o simple amarillismo.

Pregunta 4: ¿Qué opinan de las notas en los medios regionales donde se puede ver que el comunicado es de casa presidencial sobre el avance del Covid en el país?

Respuesta Anthony Alpizar: No necesito leer una nota si anteriormente estaba sintonizado la conferencia de prensa. La mayoría de los medios que publican el comunicado como una noticia no realizan cambios que me hagan querer leer. Menos que delimitan información específica, por ejemplo, del cantón donde yo vivo, la dejan igual, incluida la infografía de la Caja.

Respuesta Rebeca Chaves: Al inicio de la pandemia ese tipo de notas estaba muy acorde al miedo, la ansiedad y todo lo que uno sentía negativo por la pandemia, pero para estos momentos es información muy escueta para el cantón. Sabemos que hay casos en todo el país, pero yo quiero saber cómo está la zona donde vivo para tener más precauciones todavía de las que ya tomaba. Además, son muy redundantes al agregar la infografía, porque la nota ya me dice de manera más clara la información que viene en esa imagen.

Respuesta Nazareth Mora: En ocasiones me pueden llegar a interesar si veo que traen algún elemento diferenciador, pero siento que la información se vuelve genérica, por ende, la cobertura no evidencia resultados positivos. Lo que se observa en un gran porcentaje de las notas es más copias de las que ya se encuentran en cualquier medio nacional y posiblemente también en medios internacionales. Estos obtienen la información con facilidad, ya que, vienen de parte de las autoridades encargadas y responsables de velar por el bienestar de los costarricenses en el caso de la pandemia por Covid-19.

Respuesta Wilmer Morales: En mi casa siempre está la conferencia de prensa y en las oficinas del supermercado donde trabajo también, escucho lo que dicen los diferentes jefes y me informo, no tengo necesidad de leer notas con información, ya que, las obtuve de manera más sencilla sin dejar de lado mi trabajo.

Respuesta Rodolfo Quirós: Únicamente entraría a la nota para tener un punto de comparación para verificar la veracidad de la nota que me haya generado algún interés y ver si la información coincide.

Pregunta 5: ¿Cuál sería la extensión máxima que estaría dispuesto a leer en una nota de un medio digital?

Respuesta Anthony Alpizar: Hablando de una manera más personal; sino como analizándola al público normalmente se busca que sea lo más corta posible con la información necesaria y clara, el problema es que hay notas muy largas que redundan mucho. El medio podría evitar eso cortando párrafos que sean sobre la misma información o parecida, con sinónimos para disimular que es información nueva cuando no la es. Personalmente prefiero que sean notas con detalles, principalmente si son temas delicados.

Respuesta Rebeca Chaves: En ocasiones para generar ese enganche con quienes consumimos el medio ponen muchas imágenes en una sola noticia, pero son imágenes que están como de relleno porque no me dicen nada o incluyen los gráficos subidos por la caja que ya de por sí venían borrosos. Yo paso ocupada, por eso me gusta que las noticias traigan algo que me ayude a informarme sin necesidad de tener que leer absolutamente toda la nota. A veces las hacen muy largas y la información que buscaba hasta el final, pero me canso de leer tanto, sea en el teléfono o en la computadora.

Realmente al final todo depende de la información o el tema de la noticia, en una página con el formato adecuado se puede abarcar la información justa y necesaria para hacer una nota que me informe y no me deje vacíos.

Respuesta Nazareth Mora: Yo no tengo problema con que la nota sea larga, para la universidad hemos leído bastantes periódicos y son notas súper extensas. Mientras sean temas interesantes y la nota tenga una línea establecida, la información sea coherente y haya un hilo conductor y cero amarillismo.

Respuesta Wilmer Morales: Conuerdo con Rebeca, va a depender del tema que trate la nota, pero en el caso del Covid y toda la pandemia siento que estamos muy bombardeados

porque debemos estar informados de lo que está pasando y las notas se vuelven muy de lo mismo siempre, ni hace falta leer para saber lo que dice la nota. Unos cuantos párrafos, con bastante información son suficientes para informar y no caer en redundancias como decía Anthony.

Respuesta Rodolfo Quirós: Las notas largas aburren a la mayoría de los lectores, los medios grandes se han acostumbrado a ponernos vídeos o muchas imágenes en lugar de textos para que se nos facilite el informarnos; pero también debería haber límite para el mínimo, una página sería suficiente para mí, así no perdería mi atención en lo que leía.

Pregunta 6: ¿Qué esperaría usted como consumidor de un medio regional que lo diferencie de medios como Teletica, la Nación, Radio Columbia, entre otros?

Respuesta Anthony Alpízar: Yo casi siempre voy a noticieros o medios regionales con la intención de encontrar contenido más regional, porque me gusta estar informado no solamente de lo que pasa en el país, también de lo que sucede cerca de mí. Cómo está el lugar donde estudio o donde trabajo. Medios como Noti-Occidente me tienen más informado de lo que sucede acá, que un incendio, un accidente, que una pareja de ancianos necesita ayuda, es la parte un poco más humana de la comunidad, no son palabras y ya.

Respuesta Rebeca Chaves: Yo espero un balance, entre noticias país y noticias región, siento que importa más que visualmente la nota sea más accesible, que vea que es una nota de San Ramón para San Ramón, hasta el lenguaje, no informal ni formal, si no de los ciudadanos.

Respuesta Nazareth Mora: La verdad yo consumo medios más pequeños, medios independientes, regionales, por la objetividad que me dan, me enseñan la realidad de lo que sucede, como las manifestaciones que se dieron a en la cabecera del cantón de San Ramón. Manifestaciones pacíficas contra el acoso callejero o el femicidio. Son medios que me enseñan con ojos propios lo que pasa en San Ramón, no son medios que publican lo que ellos ven desde sus lugares de origen que sucedió en San Ramón distorsionando muchas veces que la información sea a su favor, o porque el mensaje transmitido se descodificó y no llegó como debería llegar a su receptor.

Y por lo general, no siempre, lugares que se encuentran más lejanos al área metropolitana, son más propensos a grandes cantidades de desinformación entre sus ciudadanos, y es justamente ahí donde entran en este caso los medios regionales, porque son

los encargados de erradicar esta costumbre entre los ciudadanos, que en la mayoría de los casos se generan rumores debido a la mala comprensión que se obtuvo de alguna noticia publicada.

Respuesta Wilmer Morales: Cero morbo, un medio regional informa de manera que se sepa la verdad, de manera clara y sencilla, por el tipo de lectores del cantón. No espero que me salgan con sucesos llenos de tintes amarillistas o escándalos, son medios más sociales y humanos. Por ejemplo, según las normativas sanitarias y de circulación por el virus, los horarios se vieron reducidos, pero en ocasiones no se daba abasto con el personal que había, porque la gente estaba asustada, entonces hacían filas de hasta más de una hora para poder ingresar. El cansancio y el deterioro mental en los trabajadores se vio súper acrecentado, se tuvieron que abrir plazas para poder cubrir y en ocasiones ni así se lograba.

Como la falta de desempleo es un tema importante en la pandemia, medios regionales compartieron información respecto a la búsqueda de nuevos cajeros para el súper mercado, porque representaba una oportunidad de crecimiento tanto para el súper como para el cantón, es apoyo entre todos los ciudadanos del mismo lugar.

Respuesta Rodolfo Quirós: Contenido claro y real sin crear el morbo con el título de notas con tal de obtener lectores, y que la información de las notas tenga bases fundamentadas para que realmente sea información que valga la pena y que no sea contenido vacío que solo busca crear sensacionalismo. Hay medios de comunicación que por quedarse con la cobertura regional de sus zonas respectivamente no buscan dar un paso extra hacia el éxito, medios regionales generalmente se conforman como crecimiento que tuvieron a inicio y del cual no despegaron. Este tipo de medios deberían ponerse como objetivo dentro de su plan de crecimiento el poder llegar a generar una información especializada a nivel regional que además sea su sello diferenciador de los demás medios de comunicación tanto regionales como nivel nacional.

Muchos de esos medios se han visto apoyados por los ciudadanos al recibir información importante para poder darla a conocer, y en la gran mayoría de casos, estos medios cuentan con periodistas de la misma zona a los cuales estoy seguro les gustaría ver el lugar donde viven para salir adelante, porque se unieron todos a dar opciones cuando no habían.