

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

ESCUELA DE PERIODISMO

**“ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LOS HABITANTES
DEL CANTÓN DE EL GUARCO DE CARTAGO SOBRE EL
PERIÓDICO EL GUARQUEÑO Y SU INCIDENCIA EN LA
OPINIÓN PÚBLICA DENTRO DEL PERÍODO DEL PRIMER
CUATRIMESTRE DEL AÑO 2022”**

SMITH JIMÉNEZ ROJAS

SAN JOSÉ, ABRIL, 2022

Tabla de contenido

CAPÍTULO I: PROBLEMA	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
OBJETIVOS	6
<i>Objetivo general</i>	6
<i>Objetivos específicos</i>	6
JUSTIFICACIÓN.....	6
ANTECEDENTES	7
<i>Históricos</i>	7
<i>Internacionales</i>	8
<i>Nacionales</i>	10
PROYECCIONES	12
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	13
<i>Comunicación:</i>	14
<i>Periodismo</i>	16
Noticia	20
<i>Opinión Pública</i>	22
<i>Libertad</i>	26
Libertad de expresión	28
Libertad de Prensa	31
<i>Teorías de la comunicación</i>	33
Teoría de la Agenda Setting	34
Agenda Pública.....	36
Agenda de los medios.....	37
Agenda política.....	38
Teoría de Aguja Hipodérmica	39
<i>Medios de comunicación alternativos</i>	42
<i>Periodismo Regional</i>	54
<i>Periodismo Comunitario</i>	57
<i>Periodismo Social</i>	60
<i>Cantón El Guarco</i>	65
<i>Periódico El Guarqueño</i>	68
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	70
<i>Enfoque de la Investigación</i>	71
<i>Diseño</i>	73
<i>Fuentes de información</i>	77
<i>Muestra de la Investigación</i>	77
<i>Criterios de inclusión y exclusión</i>	78
Criterios de inclusión:.....	79
Criterios de exclusión:	79
<i>Unidad de Análisis</i>	79
<i>Instrumentos</i>	81
Entrevista semiestructurada	81
Grupos de enfoque.....	81
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	83
UNIDAD DE ANÁLISIS I: PRINCIPALES NECESIDADES INFORMATIVAS DE LOS HABITANTES DEL CANTÓN DE EL GUARCO.	83
<i>Digitalización</i>	84
<i>Afinidad con la municipalidad</i>	89
<i>Ampliación geográfica del contenido</i>	93

<i>Publicidad</i>	99
UNIDAD DE ANÁLISIS II: IMPACTO DEL PERIÓDICO EL GUARQUEÑO EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE LOS HABITANTES DEL CANTÓN DE EL GUARCO.	106
UNIDAD DE ANÁLISIS III: HALLAZGOS HISTÓRICOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE CARTAGO.	111
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	119
CONCLUSIONES:.....	119
RECOMENDACIONES	120
<i>A la Universidad Internacional de las Américas</i>	120
<i>Al propietario del periódico El Guarqueño</i>	120
<i>A los periodistas de medios regionales</i>	121
<i>A futuras investigaciones</i>	121
REFERENCIAS	123
APÉNDICES	128
<i>Entrevista semiestructurada (Periodista Miguel Acuña, dueño periódico El Guarqueño)</i>	128
<i>Entrevista semiestructurada (Periodista Rodrigo Quirós, dueño periódico El Monitor)</i>	138
<i>Entrevista semiestructurada (Periodista Betania Artavia, dueña periódico Heredia Hoy)</i>	155
<i>Entrevista semiestructurada (Periodista Fernando Gutiérrez Coto, corresponsal de La Nación en Cartago)</i>	162
<i>Entrevista semiestructurada (Adrián Marrero, miembro del consejo editorial del periódico Cartago Al Día)</i>	164
<i>Betzabé Sánchez Piedra (Vecina de la comunidad de Hacienda Vieja. Abogada.)</i>	167
<i>Gisenia Mena Mora (Vecina de San Isidro. Estudiante de Lic. Ingeniería Química)</i>	172
<i>Jimena Ortega Ramírez (Vecina de Barrio Nuevo. Estudiante de Ingeniería Civil.)</i>	177
<i>Irene Cordero Camacho (Vecina de San Isidro. Geógrafa.)</i>	182
<i>Ivette Rojas Fallas (Vecina de Higuito. Docente de Educación Musical.)</i>	189
<i>Roxana Barahona Jiménez (Vecina de San Isidro. Bachiller en Dirección de Empresas.)</i>	192

Resumen Ejecutivo

La presente investigación espera ahondar en la percepción de los ciudadanos del cantón de El Guarco de Cartago sobre el único medio de comunicación de prensa escrita que existe en la localidad, El Guarqueño, en el primer cuatrimestre del 2022. Con el objetivo de evidenciar las principales necesidades informativas del cantón, así como, exponer cual es la incidencia de este periódico en la opinión pública de la zona. Además, se espera indagar en los principales hallazgos históricos de la provincia de Cartago con respecto a los medios escritos y medios regionales que existieron en la provincia.

La investigación tiene un enfoque cualitativo, esto debido a que se contará con la información que se logrará recabar a través de diversas entrevistas. Por ejemplo, se entrevistará al dueño del periódico El Guarqueño, a su vez, a cuatro periodistas más que están involucrados dentro del periodismo regional en diferentes lugares de Costa Rica, entre ellos, la directora de un periódico provincial de Heredia y otro de Curridabat. Además, se realizará un grupo focal con 7 ciudadanos y lectores del periódico para analizar la percepción que tienen acerca del medio en estudio.

Como resultados se logra evidenciar el descontento de la población guarqueña con el periódico investigado. Dentro de ellas destacan la desmedida presencia de publicidad tanto en la portada como en el interior del periódico. La falta de amplitud geográfica en cuanto a la cobertura de información. Y, además, señalan la falta que les hace que el medio de comunicación tenga una versión digital, es decir, que compartan contenido relevante a través de estas plataformas. Es importante, destacar la afinidad con la municipalidad que los lectores le señalan al medio de comunicación.

Respecto a estas situaciones la opinión de los demás periodistas evidenció las maneras en las que algunas de estas soluciones se pueden mejorar desde una correcta gestión del ejercicio ético y responsable del periodismo. En algunos otros puntos, como en el de la publicidad fueron enfáticos en que, lo vital es informar.

Finalmente se comprende la importancia de la provincia de Cartago como cuna del periodismo costarricense. Además, se logra evidenciar su relevancia en cuanto a la presencia y perseverancia de los medios regionales cartagineses a lo largo de la historia.

CAPÍTULO I: PROBLEMA

Planteamiento del Problema

El cantón de El Guarco de Cartago, es hogar, desde hace ocho años, del periódico impreso El Guarqueño. Este medio de prensa escrita se convirtió en uno de los referentes en cuanto a la información y su difusión en el cantón. Sin embargo, esa centralización de la información conlleva a una serie de cuestionamientos en cuanto a la percepción que se tiene del medio y la afectación que pueda generar la ciudadanía.

Por eso, se pretende profundizar en el pensamiento de quienes consumen o consumieron información proveniente del medio de comunicación ya mencionado con el propósito de generar una opinión de terceros con respecto al desempeño del medio como tal. Esto se pretende realizar por medio de instrumentos cualitativos como grupos focalizados, entre otros.

Por consiguiente, la intención de esta investigación es generar una visualización de los lectores del periódico El Guarqueño para conocer el contexto en el que se encuentra desde la perspectiva del lector. A su vez resulta importante este estudio debido a que, no hay información oportuna en este cantón que permita evaluar el desempeño, la percepción y demás factores referentes a los aspectos comunicacionales que se esperan obtener a través de la presente investigación.

Además, este medio de comunicación presenta una serie de características que se esperan describir a lo largo de la investigación. Esto se espera que genere una visión más amplia de la realidad del medio y de su imagen ante la ciudadanía guarqueña.

Pregunta de Investigación

¿Cuál es la percepción de los ciudadanos guarqueños sobre el periódico El Guarqueño?

Hipótesis

El periódico El Guarqueño es el único medio de prensa-escrita en el cantón de El Guarco, en sus ochos años no se vislumbra un crecimiento importante en él, por lo que no hay un impacto en la ciudadanía que lo consume.

Objetivos

Objetivo general

Analizar la percepción de los habitantes del cantón de El Guarco de Cartago sobre el periódico El Guarqueño y su incidencia en la opinión pública.

Objetivos específicos

- Exponer las necesidades informativas de los habitantes del cantón de El Guarco.
- Mostrar la incidencia del periódico El Guarqueño en la opinión pública del cantón.
- Indagar en la historia de los medios de comunicación de la provincia de Cartago para entender el contexto en el que surgen los medios cantonales del lugar.

Justificación

En Costa Rica y a nivel general, los medios de comunicación más influyentes definen su funcionamiento partiendo de la difusión de lo que los propios medios creen que le interesa al colectivo o a ellos mismos partiendo de sus intereses editoriales, sin embargo, esto no siempre es así (Ureña, 2013, p.3).

Por lo anterior se puede entender que en nuestro país existe información que queda excluida de las agendas de los medios de comunicación más grandes. Es decir, que existe un flujo de hechos y noticias que son de importancia para poblaciones específicas, pero que se ven por fuera de la agenda mediática por esta misma razón.

Al respecto, Ureña (2013) en cuanto a la brecha informativa que existe en los individuos se refiere:

En este sentido, se genera una brecha entre la información que recibe el individuo y los hechos más cercanos a él, pues sus posibilidades de influir en la agenda mediática de los grandes medios son inexistentes o limitadas; por tanto, al desconocer la realidad de su entorno se diluye la posibilidad de ejercer control político y, a la vez, tener menos poder político (p.3).

Visto que, existe una limitante entre la información que se vuelve de importancia por su cercanía con el ciudadano y la difusión en medios de gran envergadura, es que, el papel de los medios de comunicación regional es de vital importancia en el proceso de dar a conocer la información que afecta en primera instancia a una población en específico de una población definida.

A raíz de lo anterior surge el propósito de esta investigación, el cual deviene de la necesidad de conocer cómo percibe la población cantonal al medio de comunicación El Guarqueño, debido a que, es el único medio de comunicación de prensa-escrita que existe en todo el cantón desde hace ocho años. Además, resulta de interés indagar en aspectos como línea editorial y agenda temática.

Por lo que, esta investigación puede funcionar como un instrumento para generar mejoras en el ámbito periodístico a nivel cantonal. Y sirve para determinar las demandas a nivel de comunicación que los ciudadanos requieren con respecto a la información generada desde su localidad.

Al final de esta investigación se espera conocer la percepción que tienen los ciudadanos del cantón de El Guarco sobre el periódico El Guarqueño. Asimismo, conocer cómo se conforma este medio de comunicación y analizar su impacto en la población.

Antecedentes

Históricos

En la historia de Costa Rica existe un momento específico en el cual se puede establecer de manera concreta la creación del periodismo, según Adolfo Blen (1983), el

primer antecedente sobre la fundación del periodismo costarricense se da en el año 1824 bajo el decreto número 23 dado por el Congreso Constituyente de aquel entonces, donde se invitaba a la ciudadanía a establecer periódicos manuscritos en los que se difundieran artículos con reserva de la firma si los autores lo decidieran así.

Esto significó para Costa Rica el inicio de un sinnúmero de publicaciones de medios de comunicación impresos, así lo explica Quesada (2019), donde evidencia que, desde la creación del primer periódico, que se llamó “El Noticioso Universal”, la apertura y cierre de medios de prensa-escrita fue asidua, explicando que a finales del siglo XIX existieron alrededor de 250 y a inicios del siglo XX más de 800 periódicos.

Sin embargo, Quesada (2019), también explica que hasta la década de 1860 que la prensa local hace su avistamiento en Costa Rica a través de la actividad política. “Los nuevos grupos políticos vieron en la prensa una aliada para compartir sus ideales con los lectores y, al mismo tiempo, atacar a sus adversarios” (Quesada,2019, p.466).

Los primeros periódicos locales registrados en Costa Rica, según, Leda Chavarría Jiménez (2010) citando a Villalobos (1997), en 1981, en San Ramón de la provincia de Alajuela, se crea el primer periódico enfocado en esta comunidad y se explica que a partir de ese momento se asientan los precedentes de las comunicaciones más localizadas.

Ahora bien, en la provincia de Cartago se determinaron ciertos medios de comunicación, según Quesada (s.f.) en una recopilación de medios de comunicación del siglo XIX en Costa Rica, donde se mencionan los siguientes medios de la provincia cartaginesa.

1. Medios provinciales cartagineses
 - a) Ensayos de libertad, 1834
 - b) La estrella del norte, 1863
 - c) El duende, 1868
 - d) La opinión, 1868

Internacionales

Por consiguiente, en cuanto al periodismo local se establece una relación con la cercanía, de acuerdo con Sánchez, S., y Sánchez, H., (2011) este tipo de información refuerza

el sentido de identidad de las localidades y se convierten en fuentes de sentido y de experiencias para los distintos lugares. Asimismo, este tipo de acercamiento con el público se da a través de lo local, como lo expresa el autor.

Por lo anterior, se infiere que el periodismo local está ligado a la cercanía con la audiencia, y a su vez, esta se encuentra arraigado a la identidad del lugar y que es por medio de estos distintivos que se genera un sentido de proximidad en la información que afecte a los lectores.

Según González (2009) citando a López (2004), con relación a la cercanía de las localidades y sus procesos comunicacionales:

La comunicación local, incluso cuando los procesos de difusión son mundiales, se caracteriza por la focalización en la proximidad, por la mediación técnica para procesos de comunicación mayoritariamente dirigidos a pequeñas localidades, por la participación de las comunidades locales en los procesos de elaboración de mensajes, por la vinculación de identidades locales, y por su implicación y compromiso a las que se dirigen especialmente iniciativas de contenidos. (p.151)

Lo anterior ahonda en los participantes que según el autor se ven involucrados en la comunicación local, explicando el papel que tienen los ciudadanos de las comunidades en la elaboración de mensajes. Sin embargo, Sánchez, S., y Sánchez, H., (2011) mencionan que: “Por tanto, hay que defender lo profesional para que se haga con garantías. Hay muchos aficionados por ahí, pero el bloguero no es periodista” (párr.25).

Es decir que, el autor hace mención a la importancia de la profesionalización del comunicador en los ámbitos locales. Se destaca, de esta manera, la relevancia que tienen los comunicadores locales en los procesos de elaboración de información de carácter periodístico. Asimismo, buscar responder a la identidad que tiene la comunidad vinculada como se mencionó anteriormente.

Este concepto lo profundiza Fontcuberta (1997) donde explica que el concepto de periodismo regional está en función de sus límites geográficos y que además se debe contemplar las identidades culturales del sitio. Ese factor es el que ha permitido a Europa

desarrollar una conciencia identitaria por medio de los procesos comunicacionales y así lograr un vínculo entre los medios y la identidad regional. Además, explica que, a diferencia de los medios regionales, existe un contraste en cuanto al concepto de prensa local. Debido a que, la relación con las organizaciones locales es más fuerte, directa y duradera. La información se difunde dentro de esa ciudad y la sede editorial se encuentra dentro del mismo sitio.

Cabe destacar que, Fontcuberta (1997) explica que: “Localismo significa intereses próximos a los lectores, posibilidades de actuación directa del periódico en la vida social, promoviendo actividad y promocionándose” (p.48). De esta se afronta el concepto de local como incentivador directo con los lectores y del involucramiento, mediante una oportuna información, de los mismos en la realidad social de su localidad.

Nacionales

A partir de esto es importante comprender como y de qué manera se percibe la idea de un periodismo local en Costa Rica. Como se mencionó anteriormente el auge histórico de los medios de comunicación, según Quesada (2019) los efectos de la reforma educativa tuvieron un impacto importante en los medios de comunicación, debido a que, ese proyecto ayudo a reducir de manera considerable el analfabetismo y como consecuencia aumentar el público con capacidad lectora. Por ejemplo, en Cartago hacia inicios del siglo XX vio estos aspectos reflejados en la existencia de varias librerías donde se podían adquirir impresos.

En este sentido, se empieza a profundizar en el significado de la comunicación como tal, según Ureña (2013) citando a Martini (2000), el periodismo genera las noticias que contribuyen al conocimiento del mundo en las personas que no pueden tener un acercamiento directo con él y a su vez aportan a la edificación de la realidad percibida por la población.

En suma, dentro del contexto periodismo localizado, Ureña (2013) se refiere a el de la siguiente manera:

El periodismo comunitario se concibe como el ejercicio periodístico que se realiza en el seno del ámbito de lo local; referido este término, no solamente al ámbito geográfico, sino al conjunto de aspectos comunes que comparten un grupo de ciudadanos; por tanto, la agenda

mediática es ocupada con los hechos regionales, desplazando en importancia a los temas nacionales; lo anterior significa, que este tipo de comunicación es cercana al individuo y se realiza para suplir sus necesidades de información más inmediatas (p.3).

Es decir, que se comprende la noción brindada por el autor en tanto refleja en un sentido basto el concepto de lo local lejos de la información relevante a nivel nacional. Aunque es importante destacar que, Ureña (2013) se refiere al periodismo comunitario se refiere a aquel que es administrado por personas no periodistas.

Sin embargo, este concepto difiere un tanto del periodismo comunal descrito por Chavarría (2010) donde explica que: “el periodismo comunal es ejercido por un tercero que se autodenomina periodista” (p.23). Por esto, la delimitación de los conceptos puede generar cierta incertidumbre, a pesar de esto, este concepto es el que más se aproxima al ideal del medio de comunicación en cuestión.

Bermúdez et al., (1993) citado por Chavarría (2010) definen al periodismo comunal en los siguientes siete puntos:

1. Informar sobre hechos y situaciones que son de interés para los miembros del sector o comunidad al que pertenece el medio. Estas informaciones pueden ser comunales, provinciales, regionales y nacionales.
2. Denunciar los problemas e injusticias que vive la comunidad y exigir la atención de sus necesidades, propiciando la unión y solidaridad de los diversos sectores afectados y motivar la participación organizada para la solución de los problemas.
3. Convocar a reuniones, concursos y fiestas que organiza la comunidad.
4. Educar a través de la gestión informativa, sobre las causas de los problemas y cómo se debe actuar frente a situaciones o hechos que afectan a los miembros de la comunidad.
5. Orientar sobre acciones que se puedan emprender para mejorar las condiciones de vida de los habitantes del sector.
6. Promover la revaloración de la cultura, las tradiciones y las costumbres.
7. Impulsar la organización y su unidad entre las comunidades.

Proyecciones

Para la propia investigación se proponen una serie de proyecciones, las cuales se esperan ver reflejadas en un futuro, siguiendo el proceso de este trabajo sobre lo que perciben la población del cantón de El Guarco con respecto al periódico El Guarqueño y sus necesidades informativas, además de los otros objetivos en cuestión.

- Se conocerá la percepción de la población del cantón de El Guarco sobre el periódico El Guarqueño.
- Se espera conocer la incidencia del medio de comunicación en estudio y su impacto en la ciudadanía.
- Se espera conocer el contexto histórico de los medios de comunicación de la provincia de Cartago.
- Se espera generar el conocimiento oportuno para posibles emprendedores de la comunicación y el desarrollo de alguna plataforma similar en el cantón.
- Se espera conocer las principales necesidades informativas de los ciudadanos del cantón de El Guarco.
- Se espera que la investigación sirva para generar conciencia en cuanto a la importancia de generar debate en cuanto al rol de los medios de comunicación regionales.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se desarrollará el marco teórico de la investigación, donde se abarcarán todos los temas, conceptos y demás aspectos referentes al tema en cuestión, por ejemplo, definir que son los medios de comunicación, explicar los diferentes tipos de periodismo, teorías de la investigación, entre otros tópicos que se profundizarán a continuación.

Al respecto, Hernández, Fernández y Baptista (2014) se refiere a la construcción del marco teórico como un aspecto centralización y profundidad en los conceptos oportunos al tema de investigación.

Al construir el marco teórico, debemos centrarnos en el problema de investigación que nos ocupa sin divagar en otros temas ajenos al estudio. Un buen marco teórico no es aquel que contiene muchas páginas, sino que trata con profundidad únicamente los aspectos relacionados con el problema, y que vincula de manera lógica y coherente los conceptos y las proposiciones existentes en estudios anteriores (p.75).

Es de esta manera como el autor hace notar la importancia de discernir de manera idónea los conceptos que se adecuan al proceso investigativo. Esto con el propósito de facilitar la comprensión del producto final, como un todo que se entrelaza y se comprende como un resultado partiendo de la explicación del vocabulario, palabras, significaciones que se vinculan propiamente con el planteamiento del problema.

Esto se explica de mejor forma cuando, según Hernández, *et al.*, (2014), la concepción del marco teórico se comprende como algo que implica más aspectos que la mera unificación de los conceptos. En consecuencia, explica que, debe de ir una correcta y coherente interpretación de la información recabada, que sea narrada y redactada para que se entienda como un todo y no como partes entrecortadas.

De esta forma, en los siguientes párrafos se realizará una explicación amplia de los principales conceptos que dan contexto a esta investigación. Esto manteniéndose al margen de lo explicado anteriormente y ahondando en el significado de la información pertinente al tema de investigación.

Comunicación:

Según Com, Ackerman y Morel (2011), el significado de la palabra comunicación deviene desde su etimología y se permea en las estancias actuales de lo que es la comunicación contemporánea.

El termino comunicación se origina en el latín “comunicatio” y éste, a su vez, tiene su raíz en el sustantivo “comunico”, cuya versión en castellano es ‘formar parte’, participar en algo común. El sustantivo comunicación, como el verbo comunicar, tiene su punto de partida en la palabra “comunis”, directamente vinculada en castellano a la palabra comunidad, la cual se vincula a la relación entre los individuos, que permite intercambios significativos entre ellos, que da sentido a su relación con el mundo (p.7).

Como se menciona anteriormente, la comunicación es concebida como un factor lejano a la individualidad y es percibido por su sentido de comunión con otras partes. Es decir, desde la propia concepción de lo que la comunicación es, hasta la propia acción de comunicar, entendida por los autores como un intercambio de mensajes con significados importantes para los interlocutores.

A su vez, la Real Academia Española (RAE, 2022) define a la comunicación como el trato correspondido entre los seres humanos, esto a través del envío y recibo de información mediante un código donde participan dos protagonistas, uno conocido como el emisor y otro al se le llama receptor. De esta manera, según se explica se convierte en una acción y en un efecto de la propia experiencia comunicativa.

Sin embargo, este concepto también haya su significado en la propia ciencia, que tiene como base la Sociología. En cuanto a esto Com, *et al.*, (2011), dice que, “los primeros estudios en comunicación, sobre todo masiva, formaron parte de la preocupación sociológica. Es esta rama del conocimiento la que provee de las herramientas conceptuales para los primeros estudios comunicacionales llevados a cabo de forma metódica” (p.8).

De esta misma manera, Com, *et al.*, (2011), amplia en el sentido histórico de esta disciplina científica y entrelazándola directamente con el auge de los medios de comunicación masivos a la época entre el 1900 y los años 2000. Y que de ella surgieron diversos efectos que empezaron a ser estudiados desde este mismo período de tiempo, es así como, el impacto y la influencia de los mensajes transmitidos por este canal de comunicación y la manipulación que estos podría ejercer en el público.

A propósito de influencias, el propio concepto de comunicación adquiere múltiples nociones referentes según el momento histórico y las condiciones en las que se encuentra. Por ello, Com, *et al.*, (2011), se refiere a las percepciones de este tópico desde las propias visiones de teóricos en diversos períodos temporales.

- Aristóteles: pone el acento en que [sic] la comunicación, para hacernos entender empleamos todas las técnicas de persuasión que poseemos.
- Kurt Lewin: psicólogo, médico, biólogo y doctor en Filosofía (1890-1947), conceptualiza a la comunicación como un enmarañado sistema de acciones y vinculaciones personales, interactivas y grupales, a través del actual un sujeto transmite un mensaje a otro y este a su vez responde, lo que provoca un movimiento circular y continuo.
- Para André Martinet, lingüista francés, parte de la escuela funcionalista (1908-1999), es la utilización de un código para la transmisión de un mensaje de una determinada experiencia, en unidades semiológicas, con el objeto de permitir a los hombres relacionarse entre sí.
- Según David K. Berlo, doctor en periodismo (1929-1978), es un fenómeno mediante el cual un emisor transmite un mensaje a través de un canal hacia un receptor; es, por lo tanto, un fenómeno reglado y no tan libre. (p.9)

De esta manera, el concepto de la comunicación puede verse centralizado, en cuanto a su definición, en un intercambio de información entre diferentes entes y con un canal de por medio, que por donde circula el mensaje. Pero también, puede percibirse desde la subjetividad de la experiencia propia, temporal y espacial de las personas, que como los teóricos difieren en ciertos detalles que se refieren a la comunicación.

Por ejemplo, de Kurt Lewin, se puede comprender su noción de los aspectos comunicativos al entenderlos como “un enmarañado”. Refiriéndose a las diversas vinculaciones y labores referentes a la comunicación. Esta que en ocasiones puede ser compleja y cuadrada como explican los pensadores a causa de la conformación de un receptor y emisor de la información.

Lo que vale rescatar de estas diversas definiciones es que están acompañadas e influenciadas por el tiempo y el espacio en el cual fueron concebidas. Asimismo, la presente conceptualización de lo que se percibe como comunicación en el presente podrá ser percibida de forma distinta en otro momento y lugar.

Periodismo

La comunicación tiene una relación directa con el periodismo, debido a que, cuando retomamos el concepto de la comunicación y sus diversos participantes, como el emisor, el receptor y el mensaje, se comprende que el propio mensaje surge de la codificación que el emisor realiza. Es decir, se puede hablar de una relación entre ambos, más que una dependencia.

Al respecto Carrasco, (2003) citando a Berlo (s.f.) dice que:

El mensaje es el producto físico verdadero del emisor que codifica, que cuando hablamos, nuestro discurso es el mensaje; que cuando escribimos, lo escrito es el mensaje; cuando pintamos, lo es el cuadro, y si gesticulamos, los movimientos de nuestros brazos, las expresiones de nuestro rostro constituyen el mensaje (p.27).

Ampliando de esta forma en el concepto de mensaje como el producto final del emisor que los construye. Asimismo, como el periodista construye un mensaje con información, es esto el propio producto creado. Por si fuera necesario aclararlo de una mejor manera, el autor refleja el poder del emisor como codificador de la información. Esto viene a explicar la relación existente entre el periodismo y la comunicación como algo que surge de la mano y no como un concepto subsecuente de algo más grande.

De esta manera podemos acentar en la propia definición del periodismo que según Fundación Gabo (2018), se queda corta a la que se presenta en los diccionarios cuando la explican como lo que acontece en la actualidad y esta relacionado con los periódicos. El periodismo se trata de llevar la información de un lugar a otro, pero, trasciende aun más que la propia descripción de los hechos, ya que, el periodismo ejerce una función explicativa e interpretativa de todo hecho y orienta sobre la realidad del mismo.

De esta manera, tomando la información ya brindada se puede comprender el periodismo como aquella codificación de la información que realiza una persona, en este caso el periodista. Esta función debe ir meramente arraigada a los valores éticos y morales que deben caracterizar este ejercicio y por ende verse reflejados en la difusión de la información, donde se note la veracidad de los hechos contados.

En suma, su significado etimológico, lo explica Aguinaga (2001), de la siguiente manera:

Una de las raíces olvidadas, entre las que pueden servir de etimología del término Periodismo, es aquella nos trae el regalo del concepto de periodizar o periodificar, que consiste en agrupar las ideas y los acaeceres en las parcelas determinadas por la cronología. Partiendo de ahí, los hontanares del Periodismo encuentran sabores de ritmo y vigos de método. Porque en realidad el periodista, es, antes que otra cosa, un ordenador de informaciones y opiniones. (p.246)

El periodismo también encuentra su significado en la deconstrucción de su palabra que se haya a su vez, en otras, como la periodicidad y la cronología. Es decir, que el periodismo responde a una periodificación de la información que a su vez se fundamenta en la dimensión científica de este concepto.

Además, esto refuerza lo mencionado anteriormente donde se establece al periodista como un codificador de información. En tal caso, ahora el autor lo define como un ordenador de informaciones, quien recibe una serie de datos, hechos, acontecimientos y más, que los transforma manteniendo la realidad de lo ocurrido de forma que sea comprensible para todo el público.

Esto lo explica mejor Aguinaga (2001) cuando dice que el: “Periodismo como orden (producto de una clasificación) y el periodista como ordenador (en la expresión de Beneyto) no son ocurrencias extravagantes” (p.250). Es decir, precisamente es ese canal en el proceso comunicativo el permite establecer un orden en la información. Como tal, el periodismo surge como una respuesta y una necesidad de la ciudadanía de estar informada.

Por su parte (Fundación Gabo, 2018) citando a Martínez (s.f.) el periodismo se define más allá que en su idea conceptual y lo hace en que hacer del día a día con las siguientes tareas:

- Describe la realidad;
- Escruta y evalúa las tareas del poder público;
- Provee un foro para intercambiar opiniones;
- Genera y estimula el debate sobre asuntos públicos;
- Ofrece espacios de opinión a todos los sectores;
- Presenta, clarifica y analiza las metas de la sociedad;
- Indaga y plantea el desarrollo de los asuntos públicos hacia el futuro;
- Descifra indicios, aporta significados y hace comprender;

El periodismo es algo que se define por los hechos más que por la teoría, aunque es cierto que esta, profesionaliza y perfecciona el ejercicio de los periodistas. Aunque, al final el producto o material realizado, producido o redactado es el que refleja un buen o mal que hacer periodístico. Esto se puede intuir, a su vez, en la estimulación que se genere, a través de sus publicaciones, en la opinión pública.

Ahora bien, una vez asimilado el concepto de lo que es el periodismo es importante comprender cual es el propósito de este, esto para ampliar el sentido del ser de este oficio más allá de un proceso comunicacional predeterminando sin ningún fin. Según Kovach y Rosenstiel (2012) “El propósito principal del periodismo es proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos” (p.24).

De esta forma se comprueba el sentido de funcional de este oficio, el cual rige a partir de la ciudadanía y hacia ella se dirige. Por eso, la información rige su sentido en la funcionalidad que propio ciudadano le brinde en tanto el periodista haga un buen ejercicio de su labor. Sin duda, esto permite un mejor ejercicio de la libertad que ya inherente al ser humano, pero se ve maximizada al momento de ser informado de manera responsable y ética.

Al respecto (Carrasco, 2003), también se refiere a los objetivos primordiales del periodismo:

El periodismo tiene como principal propósito informar, pasando a un segundo término la orientación, la diversión y la difusión de servicios. Sólo que esa información deberá ser verídica, objetiva y oportuna, sobre todo, deberá ser sobre acontecimientos, cosas o personas que influyan en la vida de una comunidad, en la cual se ejerza dicha profesión (p.23).

En este caso, el autor expone el propósito del periodismo como el informar desde las características vitales para el ejercicio de este. Por ejemplo, expone la relevancia de dar a conocer información que tenga una repercusión con el público y que sea consecuente con las necesidades de veracidad y objetividad que los ciudadanos necesitan para realizar un buen ejercicio de opinión. Así, establece una relación concreta entre el buen ejercicio de la profesión y la comunidad que se beneficia a través de ello.

Con base en lo dicho, (Aguinaga, 2001) se refiere al periodismo como algo que responde a las múltiples características que van más allá de lo literario y que responden a la necesidad del pueblo, lo describe así:

Hay en el Periodismo algo que impide encuadrarlo en un genero [sic] literario determinado. Exige un talento sintético, de cultura enciclopédica y superficial, de agilidad mental, de clasificación de hechos, de critica que gradúe la importancia de cuanto desfila por la vida, de distribución de cosas, que no hay nada que pueda confundirse con el Periodismo (p.250).

Con esto, el periodista es aquel que es capaz de discernir de forma objetiva los acontecimientos que sucedan en la vida y que sean de interés para la opinión pública. De la misma forma, es capaz de comprender la pluriculturalidad en la que se encuentra y tiene una

noción intelectual que le permite concebir los hechos e informarlos para una comprensión de la realidad en la ciudadanía.

Para ahondar en este objetivo primordial del periodismo, Kevach y Rosenstiel (2012), dicen que este debe ser fiel a diversos elementos:

- La primera obligación del periodismo es la verdad.
- Debe lealtad ante todo a los ciudadanos.
- Su esencia es la disciplina de verificación.
- Debe mantener su independencia con respecto a aquellos de quienes informa.
- Debe ejercer un control independiente del poder.
- Debe ofrecer un foro público para la crítica y el comentario.
- Debe esforzarse por que el significante sea sugerente y relevante.
- Las noticias deben ser exhaustivas y proporcionadas.
- Debe respetar la conciencia individual de sus profesionales. (p.18)

Finalmente, el periodismo en grandes rasgos se debe comprender como una labor que se ejerce desde la ética y el servicio a la comunidad. Labor para la cual se debe ser consiente del mundo en él se vive y se debe cultivar la inteligencia propia de lo que acontece en la sociedad. Todo esto para informar con propiedad y sobre noticias que logren tener un impacto en la opinión de las personas.

A raíz de lo explicado, el periodismo está dirigido en su función de servicio a los ciudadanos. Este, a la misma vez, se ve impactado por la información que el propio periodista codifica y la convierte en un producto asimilable para todos. Este último, se le conoce como noticia, aspecto que se conocerá a continuación.

Noticia

Este concepto es el que propiamente se relaciona con el periodismo y con el que hacer del periodista. Según, (RAE, 2022), la noticia es aquel hecho divulgado que se concibe como la noción que se obtenga sobre el asunto en cuestión. Asimismo, describe a la noticia como aquel producto informativo que surge de algo que contiene interés de divulgación.

Por su parte, Jiménez, (2010) dice que: “la noticia es la esencia de la vida para el periodista y anticiparse a los demás en difundirla es la aspiración máxima” (p.138). En cuanto, la noticia representa la manera más convencional y esencial para el periodismo, es la que permite convertir un puñado de datos e información en algo mucho más tangible para la población.

Con el paso del tiempo, en la evolución de los medios de comunicación, la primicia es de lo que habla el autor cuando se refiere a la anticipación. Son esas ganas las que permean en quien crea y estructura una noticia. Sin embargo, eso no debe sobreponerse al proceso y manejo responsable de la información.

Con respecto a esto, (Jiménez, 2010) se refiere así a la misión que debe caracterizar a la prensa a la hora de difundir noticias:

La prensa posee altísimas misiones: por un lado, explicar en la paz y fortalecer y aconsejar en la lucha, por el otro, hacer estudio de las graves necesidades del país, fundar sus mejoras y facilitar la obra de la administración que rige (p.138).

Con esto, se destacan los valores éticos que deben reflejarse en la noticia. Lo dicho como resultado de un ejercicio que se adecue a los parámetros de responsabilidad y equilibrio que el autor describe. Por su parte, (Kovach y Rosentiel 2012), describen a la noticia como: “esa parte de la comunicación que nos mantiene informados de los cambios que sufren la actualidad y los asuntos y personajes del mundo” (p.29).

Donde a la misma vez, (Kovach y Rosentiel 2012), hablan sobre como en los tiempos antiguos las noticias se divulgaban de formas muy distintas a las de la actualidad. Se refieren entonces a que, utilizaban canciones y relatos que entonaban en a través de baladas noticieras para informa en los juglares errantes.

En la actualidad, la noticia es concebida como un aspecto de más profundidad y que es conllevado a otros parámetros de estudio para mejorar su difusión, su contenido, etc. Por eso (Aguinaga, 2001) concibe a la noticia como algo que va más allá de la persecución de la misma o de la escritura urgida o de la intención de atiborrar a la opinión pública. Por el contrario, explica que hay algo incierto que se encuentra en el trasfondo del propio concepto y del cual aun no se concibe un nombre.

Lo anterior, lo profundiza (Aguinaga, 2001) de la siguiente manera:

...hemos visto como, por diversos y a veces complicados procedimientos, el reportero procura contestar a la pregunta de Livingstone (¿Qué pasa por el mundo?), que es la pregunta del lector de periódicos. Tiene que haber una mente superior en el periódico para ensamblar las piezas del mosaico de la realidad. La cuestión final es la de si tal composición se verifica correctamente, en la debida proporción. (p.246)

Según lo descrito, se podría deducir que el autor se refiere a un ente que figure dentro del proceso noticioso y que logre acomodar los hechos noticiosos de forma que lleguen a denotarse como una realidad. Esto responde también a lo ya mencionado con respecto a la capacidad de distinguir que es noticia. Lo interesante es comprender como para el público el conjunto de esos hechos serán concebidos como porciones de la realidad en la que vive.

La noticia entonces viene a ser ese producto que el periodista construye y que nutre al periodismo para conformar un mosaico de informaciones que son de interés para la comunidad. Es decir, una correcta, veraz, ética, responsable y seria codificación de la realidad para que, quienes consuman la noticia entiendan más su entorno. Por consiguiente, puedan construir, ahora, una opinión con respecto a su situación y de esa forma sustentar el propósito periodístico de la información.

Opinión Pública

Para adentrarse en el concepto de opinión pública primero es necesario referirse a uno de sus principales autores y la definición propia que el pensador establece. De esa misma forma, es de importancia comprender el origen del vocabulario, como las palabras que utiliza para referirse con una correcta interpretación del propio concepto en cuestión.

De esta forma, Habermas (1981), se refiere al concepto de publicidad con una interpretación que hace referencia a lo público de la siguiente manera:

Se traduce aquí, siempre —excepto en el título del libro—, la voz alemana Öffentlichkeit por «publicidad». Con ello se corre el riesgo de la mala interpretación; en efecto: la palabra «publicidad» tiene en castellano dos usos, uno de los cuales —precisamente el aludido en esta traducción— es hoy poco frecuente. «Publicidad»

acostumbra a remitir a actividades relacionadas con el reclamo y la propaganda comercial. Aquí se intenta recuperar su referencia, más arcaica, al estado y la calidad de las cosas públicas, con el convencimiento de que esta palabra vierte, en el presente contexto, mejor a *Öffentlichkeit* que a «vida social pública», «opinión pública» o, simplemente, lo «público», todas ellas versiones aceptables, en diferentes contextos, del término alemán (p.37).

En base a lo anterior, el texto se refiere al concepto lo público desde una perspectiva que se concibe por traducción como publicidad. El significado e interpretación, sin embargo, se apegan a una interpretación conectada al ámbito de la vida social pública o de una manera más simplificada al ámbito meramente público como tal.

Por otro lado, esta definición también se puede comprender cuando Boladeras (2001) citando a Habermas (1981) delimita el concepto de opinión pública al de espacio público.

Por espacio público entendemos un ámbito de nuestra vida social, en el que se puede construir algo así como opinión pública. La entrada está fundamentalmente abierta a todos los ciudadanos. En cada conversación en la que los individuos privados se reúnen como público se constituye una porción de espacio público. [...] Los ciudadanos se comportan como público, cuando se reúnen y conciertan libremente, sin presiones y con la garantía de poder manifestar y publicar libremente su opinión, sobre las oportunidades de actuar según intereses generales. En los casos de un público amplio, esta comunicación requiere medios precisos de transferencia e influencia: periódicos y revistas, radio y televisión son hoy tales medios del espacio público.

El concepto de opinión pública entonces proviene de la noción de lo que ocurre en los espacios públicos. Así, (Habermas, 1981) brinda una definición de la opinión pública desde su traducción del francés:

Opinión publique equivale a la opinión del pueblo portada por la tradición y el bon sens, así en la reivindicación crítico-cultural que Rousseau hace de su naturalidad, como en el intento anti ideológico que los enciclopedistas hacen de disolverla. Sólo cuando, con los fisiócratas, es imputada al public éclairé [público ilustrado], toma la

opinión publique la estricta significación de una opinión que, por medio de la discusión crítica en la publicidad, acaba por destilar la opinión verdadera (p.129).

Por su parte, para Price (1992), fundamenta parte de este concepto en la apertura o la disponibilidad. Por ejemplo, el término público tuvo muchos significados, uno de ellos, devenía del vocablo latino *publicus* que hacía referencia al pueblo. A su vez, otro de los sentidos denotaba un acceso común como alguna propiedad abierta a toda la población. En el mundo contemporáneo, esta visión evolucionó hasta comprenderse a todos aquellos asuntos de interés general.

Al mismo tiempo que, la concepción inicial de la opinión según Price (1992) citando a Habermas (1981) dice que: “mucho antes de su aparición en sus términos liberales y democráticos, hubo en general dos sentidos discernibles de la palabra opinión, que persisten hoy en día” (p.21). Con esto, el autor quiere explicarlas concepciones con las que se puede entender esta palabra.

El primer sentido que explica (Price, 1992), es el que se refiere a un ámbito meramente epistemológico y que nace de la valoración distinguida que se hace ante un juicio de hecho o un juicio de valor, o de alguna incerteza o de alguna cosa que entienda como verdad. Y que esto, a la misma vez, sea capaz de demostrarse con alguna prueba demostrativa o por el simple acto de fe.

El segundo sentido, (Price, 1992) citando a Neumann (1979), explica como la palabra opinión en el mundo contemporáneo se compara con atributos allegados a las costumbres y a la moralidad de las personas. Y enfatiza en que el rol de la opinión crea una presión social informatizada que concluye con una especie de control social.

Simultáneamente, (Price, 1992) citando Speier (1950) establece que: “la opinión se equipara con la reputación, la estima y con el cuidado general de los otros, de interés principalmente porque constriñe la conducta humana” (p.22). Acorde con esto, (Price, 1992) da conocimiento la visión de su concepto partiendo del pensamiento que resalta a la opinión como un factor que aprobación o censura social y la concibe como término en el sentido que puede condonar o condenar informalmente.

De conformidad con esto, (Price, 1992) explica entonces el sentido histórico de las dos palabras unidas, opinión pública. Concepto que surge propiamente hasta el período de la ilustración, momento en el cual se tenía una noción similar a la que el mundo moderno conoce. La combinación de lo público y opinión nace como aquello que se utiliza al hacer referencia a juicios colectivos fuera del panorama gubernamental y que tiene como consecuencia alguna incidencia en la toma de decisiones dentro de la política.

Avanzando en este razonamiento, (Boladeras, 2001), también se refiere al concepto de estas dos palabras:

El término «opinión pública» tiene sentidos e implicaciones que suelen escapar a las consideraciones poco reflexivas; los análisis llevados a cabo por autores como Habermas muestran la diversidad de fenómenos aludidos por dicha expresión, así como su estrecha relación con la dinámica del poder y de los procesos políticos, de una manera mucho menos obvia y más compleja de lo que suele pensarse. (p.52)

Dicho esto, se comprende este término como un punto de convergencia para diversos sentidos e implicaciones en las que se puede ver involucrado. Es decir, como se mencionó anteriormente estos elementos han sufrido de cambios perceptibles ante a la noción de las personas quienes le atribuyen con el paso del tiempo significaciones diversas que partieron hacia una evolución desde la idea elemental y epistemológica con las que los teóricos las asocian.

Acorde con esto, (Price, 1992) asevera que:

El concepto de opinión pública es uno de los más vitales y consistentes en las ciencias sociales. Se aplica ampliamente en la psicología, la sociología, la historia, la politología y en la investigación de la comunicación, tanto en el ámbito académico como en el aplicado. Pocos conceptos han engendrado tan amplio consenso social, interés científico o debate intelectual (p.15).

Lo más importante es comprender la importancia que juega la opinión pública en el desarrollo de una democracia y una sociedad libre. Puntualmente, es importante establecer que este concepto es algo que casi se encuentra inherente en las diversas áreas de conocimiento y de la propia vida humana. Y que esto de cierta forma contribuye en pro de la

libertad de cada persona, con derecho a expresarse y contribuir desde su opinión en temas de su interés.

Libertad

Todas estas observaciones, vienen a recaer en diversos hechos históricos que fortalecen los valores y los derechos que hasta el momento se han descrito. Sin embargo, uno de los conceptos fundamentales del cual se podrá afirmar que es la raíz propia e inherente al ser humano, es el de la libertad. Este, que a su vez puede tornarse en su definición algo abstracto, tiene su significado presente en diversas corrientes teóricas, filosóficas e históricas.

Al respecto, Gárate (2013), se refiere a la libertad como todas aquellas expresiones que surgen a través de la historia, por ejemplo: “La historia judeo-cristiana es, claramente, historia de la liberación. Historia que, prometida desde el comienzo mismo del Génesis, a través del Éxodo se instala en Jesucristo” (p.20). Donde se recalca a la cristiandad como hecho de calor histórico donde presenciaron experiencias libertadoras.

Cosa parecida sucede también cuando (Gárate, 2013) cuenta que: “también la historia de la democracia que, a partir de los griegos, se va propagando hasta el presente, es, básicamente, historia de liberación” (p.20). Es decir, con esto el autor hace referencia a los valores presentes en una democracia y que son encontrados, a su vez, en el concepto de la libertad.

Consideremos ahora esta definición de Jacquemin (2000), sobre el significado de la libertad, donde dice que: “La liberación constituye la libertad porque no la poseemos, la conquistamos. En este movimiento existencial, nuestra libertad adquiere su ser. La liberación no es la separación o el aislamiento del individualismo, sino el encuentro con el otro” (p.145). En efecto, esa libertad se conquista y la que se encuentra por medio de procesos de comunicación, empatía y comunión con los otros seres humanos. Así se encuentra la libertad, inmersa en la propia identidad de cada ser, lugar donde se desenvuelve y se constituye con base en la experiencia de vida de cada persona.

Ahora bien, este concepto de la libertad también se amplía desde el ámbito filosófico cuando (Gárate, 2013) se refiere de la siguiente manera:

«Liberté», ¡libertad! Erich Fromm le cita con tino a Karl Marx, mediante estas palabras: «La libertad —decía Marx— es hasta tal punto la esencia del hombre que hasta sus oponentes la comprenden... Ningún hombre lucha contra la libertad; en todo caso, lucha contra la libertad de otros. La libertad ha existido siempre, pues, en todas sus manifestaciones, sólo que algunas veces como privilegio especial y otras como derecho universal»¹⁴. Leyendo en directo a Marx, éstas son sus palabras: «Hasta tal punto es la libertad la esencia del hombre que hasta sus enemigos la realizan mientras que combaten su realidad; que ellos (los enemigos) se la quieren apropiar como la joya más costosa mientras que la rechazaban como joya de la naturaleza humana. Ningún hombre combate la libertad; a lo más, lo que él combate es la libertad de los demás. Por lo tanto, toda clase de libertad ha existido siempre, solo que a veces como privilegio especial. Otras veces como derecho general» (p.22).

Con esto, la libertad se define como aquello que siempre está presente en el ser humano y que no le es inherente, pero sí arrebatable. Es decir, que la libertad es aquello que no puede separarse de la experiencia humana. Ya sea por la vivencia y la experiencia que se vive a través de ella o por la búsqueda y conquista que se emprende hacia ella.

En suma, la Asamblea General de la Naciones Unidas (1948) establece en su primer artículo que: “Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros” (párr. 11). De esta manera, el concepto de libertad traspasa cualquier pensamiento hasta instalarse en los sistemas jurídicos bajo esta declaración internacional.

Según (Delgadillo, 2008) la libertad también tiene sus fundamentos jurídicos, que establecerían un precedente, en la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano que se constituyó en Francia, en 1789. También destaca un año antes, la proclama de las misma índole en 1787, en Estados Unidos. Por su parte, la Declaración protegía a las personas defendiendo derechos como: la libertad de prensa, de pensamiento y la libertad individual. También, la garantía de los tres poderes del Estado, así como otros aspectos como la seguridad, la propiedad privada y el respeto a la vida.

Por su parte, (Jacquemin, 2000) citando a, Juan Pablo II (1995), se posiciona sobre la libertad y los derechos, estableciendo que, “La teoría de los derechos humanos se

fundamenta precisamente en la consideración del hecho que el hombre, a diferencia de los animales y de las cosas, no puede ser sometido al dominio de nadie” (p.145).

Para que esto se comprenda mejor, es importante reconocer el derecho a la libertad como un fundamento para la vida humana. Así como, el autor plantea que el propio ser humano no puede ser desapropiado de este concepto. Por ello resulta de interés para la presente investigación comprender la relación que existe entre la libertad y el periodismo como factores que nutren el desarrollo de la opinión pública.

A propósito, Delgadillo (2008), amplía esta idea de la siguiente manera:

El concepto del “mercado de las ideas” (marketplace of ideas) de Oliver Wendell Holmes significa que las ideas y opiniones deben circular libremente dentro del foro público; éstas ganan y pierden aceptación en función de la competencia del mercado. A través de este intercambio libre, unos pensamientos irán corrigiendo a otros hasta alcanzar la verdad (p.26).

A fin de explicar que las ideas y opiniones deben circular de manera libre dentro de los espacios o foros públicos. Para que, de esta forma, se pueda culminar en el ejercicio y derecho de la libertad la búsqueda de una verdad lo más absoluta a la que se pueda aspirar. Esto de una manera directa y obtenida en un primer intento pero si de una manera en la que la discusión en la opinión conduzca, cada vez, a una verdad completa.

Libertad de expresión

El siguiente punto trata de ampliar el espectro de la libertad, esta vez comprendido desde el accionar del propio ser humano. La realidad es que la libertad muchas veces debe ser conquistada, a pesar de que, como se describió anteriormente, es una concepción que ya es inherente a la persona. Por eso, a continuación se ahondará en el significado de la libertad de expresión.

Con el propósito de evidenciar el surgimiento de la libertad de expresión con un fundamento histórico, Delgadillo (2008), explica que:

La libertad de expresión tuvo su génesis en la Revolución Francesa, gracias a la cual se produjeron importantes cambios, no sólo para Francia, sino para Europa y otros

países del mundo en donde se desataron conflictos sociales, que repudiaban un régimen anacrónico y opresor como era la monarquía. Particularmente, la Revolución Francesa (S. XVIII) significó el triunfo de un pueblo oprimido y cansado de las injusticias sobre los privilegios de la nobleza feudal y del estado absolutista, dando de esta forma el curso de la libertad de expresión para las naciones. (p.62)

Este hecho, constituyó un fuerte golpe a la monarquía absoluta y constata la conquista de la libertad de este pueblo que, con la democratización ampliaron sus ideales humanísticos. Como explica, Delgadillo, (2008) este momento en la historia estableció las ideas de la libertad de expresión y pensamiento en algo real, ya no más en una idea supuesta. Además, establece a el Estado como el primer responsable de garantizarlo.

Se examinará brevemente ahora lo que, García y Gonza (2007), expone sobre la libertad de expresión y su jurisprudencia. Por ejemplo, cuando establece que este concepto es la piedra angular de la democracia y también es la principal herramienta para la educación de la opinión pública. Consecuentemente, para esto se llegue a gestar la sociedad debe estar bien informada, lo que conlleva a comprender que, sin un correcto ejercicio informativo la sociedad no es del todo libre.

Sobre esto, (García y Gonza, 2007) explica que:

Quienes están bajo la protección de la Convención tienen no sólo el derecho y la libertad de expresar su propio pensamiento, sino también el derecho y la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole. La libertad de expresión tiene una dimensión individual y una dimensión social (p.18).

Acorde con el autor, esta libertad de expresión tiene diversos ámbitos en donde desenvolverse, uno individual y uno social. Estableciendo de esta forma responsabilidades sobre las propias personas, que deben ser responsables y garantizar un buen accionar de la libertad de sus pensamientos. Precisamente, esto en dirección de beneficiar su propia voz en la dinámica pública y democrática y en el sentido del derecho a difundir informaciones e ideas de todo tipo.

Se considerará ahora, cada una de estas dimensiones como lo expone (García y Gonza, 2007) cuando escribe que:

En su dimensión individual, la libertad de expresión no se agota en el reconocimiento teórico del derecho a hablar o escribir, sino que comprende además, inseparablemente, el derecho a utilizar cualquier medio apropiado para difundir el pensamiento y hacerlo llegar al mayor número de destinatarios (p.18).

Y en cuanto a su dimensión social, (García, 2007) amplia que: “En su dimensión social la libertad de expresión es un medio para el intercambio de ideas e informaciones y para la comunicación masiva entre los seres humanos. Implica el derecho de todos a conocer opiniones y noticias” (p.19). En síntesis, todos estos conceptos vienen a profundizar en los derechos de todas las personas a no solo expresarse sino, a que, por medio de las dinámicas comunicativas se garantice el cumplimiento de las libertades.

Lo más importante es destacar lo que dice la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión (2000):

1. La libertad de expresión, en todas sus formas y manifestaciones, es un derecho fundamental e inalienable, inherente a todas las personas. Es, además, un requisito indispensable para la existencia misma de una sociedad democrática.
2. Toda persona tiene el derecho a buscar, recibir y difundir información y opiniones libremente en los términos que estipula el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos. Todas las personas deben contar con igualdad de oportunidades para recibir, buscar e impartir información por cualquier medio de comunicación sin discriminación, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, sexo, idioma, opiniones políticas o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social. (párr. 14-15)

Estos artículos constatan de manera jurídica lo que se describía inicialmente y tiene como propósito proteger a la libertad de expresión. Acorde con esto, también se vela por los derechos de los periodistas por su actividad en la sociedad. La (CIDH, 2000) lo define como: “La actividad periodística debe regirse por conductas éticas, las cuales en ningún caso pueden ser impuestas por los Estados” (párr.19). Por lo que se protege la profesionalización de actividad periodística como fundamento clave en el ejercicio de la libertad de expresión.

Por último, la Declaración Universal de Derechos Humanos (1948) explica como cada uno de los seres humanos tiene derecho a tener libre ejercicio de su opinión y de expresión. Esto sin ser perseguido, violentado o de alguna forma limitado debido a ello. Además, dice que puede difundir todas la informaciones sin límite de frontera. En fin, constata, en un documento que es supraconstitucional como se debe actuar ante las faltas que se lleguen a vivir alrededor de la represión que viven muchas personas, entre tantos, periodistas.

Libertad de Prensa

Ahora, se mostrará el concepto de la libertad de prensa como continuidad de la libertad de expresión. Con ello se ahondará en su significado y su disposición legal dentro del marco costarricense y legal. Además de su significación como aspecto propio del ejercicio periodístico. Para así cumplir, con la línea investigativa que contempla la profundidad de estos aspectos como insumo primordial para un correcto análisis y comprensión de la información.

Según el Centro de Información Jurídica en Línea (s.f.) se refiere de la siguiente manera:

En un sentido restringido tendríamos que referirnos a este término que evolucionó como libertad de prensa, diciendo que es el derecho para las administraciones de propagar en forma escrita la información y las ideas a un número amplio de personas (párr. 1).

Por lo anterior la libertad de prensa se concibe como aquel derecho que tienen los medios de comunicación para ejercer el periodismo sin ningún temor. El autor también amplió en la visión del término prensa como medio de comunicación meramente escrito, atribuyéndole esta condición periodística a este formato y dejando por fuera las demás aristas comunicativas por las cuales se puede emitir una noticia o material informativo.

A continuación, la lectura del Centro de Información Jurídica en Línea (s.f.) explica esta disyuntiva con la realidad de los medios de comunicación. Esto debido a que, dentro de

esa restricción se habla de la libertad litográfica y de hasta la libertad de fotografía, sin embargo, con los grandes avances tecnológicos que surgen con el paso de los años este concepto no alcanza para abarcar todas las concepciones que pueden devenir al escuchar la palabra prensa.

Como se afirmó arriba, el Centro de Información Jurídica en Línea (s.f.) el actual concepto de libertad de prensa se instituye dentro de los parámetros evolutivos de la sociedad. Es decir, el avance del mundo moderno moldeó a través de sus plataforma e interfaces el derecho de todos a ser difusores de la información. Puntualmente la libertad de prensa se comprende de conformidad con lo moderno y abarca los medios de comunicación auditivos y audiovisuales, sin dejar de lado los mencionados con anterioridad. Aunque no se afirme que esta sea la palabra más apropiada para describirlos.

Es destacable lo que expone Reporteros sin Fronteras (2021) donde Costa Rica se posiciona en el puesto número cinco del ranking 2021 de la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa. Además, dentro de esos primeros puestos el país costarricense es el que se posiciona en el primer lugar de libertad de prensa a nivel continental. Un panorama bastante positivo si se compara con otros países de la región como México y Nicaragua que se encuentran dentro del ranking en los lugares número 143 y 121 respectivamente. Este reporte toma en cuenta las restricciones de acceso y los impedimentos de cobertura de la actualidad para realizar su clasificación.

Todas estas observaciones se relacionan también con lo que instituye la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (s.f.) como organismo internacional que vela por la defensa de las libertades. Entre ellas, la libertad de prensa que como mandato debe defenderla. Además, destaca su consideración de estos derechos como fundamento de una sociedad democrática que a través de los avances y el dialogo brindan protección y enriquecimiento al fortalecimiento de los derechos humanos.

Junto con este enunciado, la UNESCO (s.f.) también defiende la libertad de información la cual define como: "el derecho a tener acceso a la información que está en manos de entidades públicas" (párr.1). Un factor que define como integral en proceso de la validación de las libertades, como la de expresión, explicada anteriormente o la libertad de prensa. Es concepto, al igual que el propio de libertad se constituye como inherente al ser

humano. Porque permite una buena dinámica en la codificación de la información en los medios de comunicación, que concluye en un buen desempeño de las personas y la opinión pública.

Teorías de la comunicación

Para iniciar, se debe entender que la información impacta de diferentes formas a las personas, dado que, todos son seres con vidas, pensamientos y creencias diversas. Esto conlleva al análisis de estas formas que se van a comprender como teorías para conocer la manera en la que la información, a través de la prensa, influye en diferentes formas dentro de la opinión pública.

El presente punto establece el concepto general de teoría de comunicación. Al que Álvarez (2012), define como “propuestas técnicas y metodológicas para el análisis de los efectos de los medios de comunicación de masas, así como para la captación sus efectos sobre las audiencias” (párr.1). Es decir, estas teorías se disponen a identificar el cómo por medios metodológicos y prácticos los distintos medios de comunicación influyen y logran tener una incidencia en su público.

Con el propósito de ampliar en esta definición Natta, Pelosio, Ramello y Carro (2008) define como hipótesis a todas teorías que hacen intentos para darle un sentido a los hechos. Para luego contrastarlos con la realidad y definir algunas consecuencias provenientes de las hipótesis planteadas. A su vez, explica que, no todas las miradas son válidas o al menos no de la misma manera.

Con lo anterior el autor explica como un factor puede ser analizado de diversas formas y por personas diferentes. Y que estas a su vez, están influenciadas por un sinnúmero de otros factores que influyen en como vaya a mirar ese factor. Con ello que, se refiere a que todas las miradas son válidas de la misma manera. Esto ha de ser debido que, la cosmovisión de cada consumidor de la información sea de alguna manera sesgada por la dinámica de vida que conlleve, por ejemplo, aspectos como la ideología y el conocimiento llegan a interferir en ese factor.

Para ampliar de una manera mejor Natta, *et al.*, (2008) ejemplifica lo anterior de la siguiente forma:

Cada teoría funciona como una lente que nos permite acercarnos a la realidad, pero, al mismo tiempo, establece sus propias reglas. Si utilizamos una lupa, por ejemplo, seguramente podremos ver con nitidez los detalles de una hoja, pero cuando miremos el bosque la imagen se verá deformada. Si utilizamos un “gran angular” abarcaremos casi toda la realidad, pero no registraremos los detalles. Si, para acercarnos a la realidad, utilizamos el fondo de una botella de vino (de las verdes) la imagen siempre será deformada, aún [sic] cuando no hayamos ingerido su contenido. (p.11)

Mas no se trata solo de ejemplificar esta visión del autor si no realizar un buen ejercicio de comprensión para entender que (Natta, *et al.*, 2008) dice que: “toda teoría implica ciertas ideas que nos sirven para ordenar el mundo y, a veces, explicar lo que sucede”. Todo esto para demostrar que las teorías de la comunicación son como una visión cambiante entre una y otra.

Según todo lo anterior, una teoría de comunicación se puede entender como una visión de una serie de hechos que conciben de diversas formas. Que según sea quien lo conciba puede estar influenciado por convicciones propias e ideologías. Y que por eso no todas las miradas son válidas. Por último, su más importante objetivo es encontrarle una explicación al acontecer y dar cabida al ordenamiento del mundo.

Teoría de la Agenda Setting

Una de las teorías a explicar es la de la agenda setting, una de las más estudiadas en las academias y a la que Álvarez (2008) se refiere a ella como el establecimiento de la agenda, como se diría en su traducción, para ofrecerle a la audiencia una serie de factores que les propicien la generación de pensamiento. En otras palabras, el autor busca explicar que la agenda setting no tiene como objetivo establecer a las personas que pensar, pero sí, sobre que pensar.

Al mismo tiempo Álvarez (2008) piensa que los medios de comunicación a través de esta agenda pueden, de alguna manera, condicionar el pensamiento de la opinión pública. Esto a razón de que, el conocimiento que tienen muchas personas proviene no de la propia realidad, si no, de lo que los medios de comunicación tengan que ofrecerle a la ciudadanía.

De esta forma, los propios medios de comunicación determinan el nivel en el cual un tema es concebido como importante en balance con lo que ellos consideren que es temáticamente importante.

Por su parte, Petrone (2009) se refiere al contexto histórico de la creación de este concepto de la siguiente manera:

En los primeros trabajos el concepto de agenda setting fue usado en relación con la capacidad de los medios de fijar la agenda pública, este fenómeno se denominó función de fijación de agenda de los medios masivos, de hecho, el trabajo que inició este tipo de estudios fue titulado *The Agenda-Setting Function of Mass Media*, producto de una investigación realizada en 1968 y publicada en 1972 por McCombs y Shaw. Investigaciones posteriores comenzaron a referirse a la agenda setting como una teoría, no sólo una función. (p.1)

Con esto, el autor explica que precisamente esta teoría busca definir el pensar dentro de la opinión pública al dictar una agenda pública. Es decir, definir, propiamente los temas que vayan a andar de boca en boca dentro de la sociedad. Ocasionando un control de las masas en cuanto a lo que ellas vayan a pensar, o más bien, sobre lo que ellas vayan a pensar. Esto porque este control puede desempeñarse en función de los propios intereses del medio de comunicación.

De esta manera, Álvarez (2008) explica la agenda y sus componentes de la siguiente forma:

En este sentido, autores como Rogers y Dearing (1994), indican la necesidad de comprender la interacción entre las tres agendas: a) la agenda de los medios de comunicación; b) la agenda pública; y c) la agenda política. Como podemos suponer, estas agendas hacen referencia a los asuntos o temas que los medios de comunicación, los agentes políticos y opinión pública consideran más importantes dentro de cierto contexto espacio temporal. En definitiva, tres agendas que se encuentran dinámicamente interrelacionadas, de ahí que, por lo general, sean analizadas de un modo conjunto.

Como en lo anterior, se explica la conformación de la teoría de agenda setting basándose en otras más. Por ejemplo, en la agenda pública, la agenda de los medios de comunicación y en la agenda política. Todas estas juntas, logran conformar el concepto en el presente documento. Toda esta unificación facilita el análisis, ya que se realiza en un modo en conjunto, gracias a que se encuentran relacionados.

Simultáneamente, Petrone (2009), define a la agenda setting de forma similar al autor expuesto más arriba y lo hace de la siguiente manera:

En agenda setting, la complejización conceptual y sobre todo metodológica se produce en el estudio de la agenda de diferentes actores sociales. Entre las agendas estudiadas en las investigaciones pueden mencionarse tres: la agenda de los medios, la agenda pública, y la agenda de los políticos. Si bien luego de definido el concepto de agenda el lector puede imaginarse a qué se refiere cada una se dedicarán algunas páginas de esta ponencia a la presentación y análisis de distintas maneras de operacionalización de las agendas a partir de los trabajos de referencia (p.3).

A partir de aquí, se procede a explicar de forma breve lo que refleja el autor en cada uno de los aspectos de esta agenda, definiendo los tres factores que influyen. Y se comprenderá la forma de operar de las agendas a través de su análisis. Como finalidad estas tres agendas convergen en una sola, que es la que es objeto de estudio en estas líneas, Además de ser quien dicta una fuerte influencia en los medios de comunicación.

Agenda Pública

Para ampliar en estos tres aspectos que devienen en los tres tipos de agendas se debe iniciar explicando el concepto de agenda pública que según Petrone (2009) es: “la lista de asuntos que el público considera importantes” (p.3). Y que amplía un poco el espectro de interés que tienen los ciudadanos de una nación. Es decir, la agenda pública se puede entender como todos los temas que para una audiencia o público sea importante.

Al respecto (Petrone, 2009) citando a Zhu y Blood (2002) explican que esta noción de lo que es importante para el público se obtiene directamente preguntándoles. Es así como, por medio de encuestas se les podría cuestionar sobre cuál es su consideración al respecto de la dificultad más grande que enfrenta su nación. Esto es un método muy convencional para

poder averiguar este tipo de información. Y de esta forma es como se puede determinar qué importancia van a obtener ciertos temas dentro de la agenda setting contemplando su notoriedad.

Agenda de los medios

Ahora bien, si se considera la existencia de una agenda pública que define lo que es de relevante importancia para los ciudadanos de una nación, también existirá una misma noción para los medios de comunicación. Entendido esto, (Petrone, 2009) explica que “La agenda de los medios podría definirse como la lista de asuntos con cobertura mediática” (p.3). Con esto, se puede entender que para la teoría de la agenda setting también existe un proceso de selección en donde la información de más importancia para el medio de comunicación.

Como se explica arriba, los medios de comunicación también organizan su información de una manera en la que responda a los intereses de una agenda pública pero también en una forma que el propio medio se vea beneficiado. Esta idea la amplía (Petrone, 2009) cuando dice que, toda la información noticiosa suele agruparse por categorías temáticas y se mide la frecuencia en la frecuencia de notas en cada una de ellas. Entonces, existen varias formas en las que estas noticias se pueden agrupar categóricamente, una de ellas puede ser manera automática con programas tecnológicos avanzados y otra puede ser manera manual con la colaboración del propio periodista.

Esto lo explica mejor (Zhu y Blood, 2002, p.100) citado por (Petrone, 2009) resumiéndolo de la siguiente manera:

“En general, la agenda mediática es medida considerando la frecuencia y prominencia en la cobertura mediática de un tema, teniendo en cuenta factores como el ancho de columna en las notas de los diarios, o la cantidad de tiempo de aire en la televisión, o por la posición del tema en un diario o programa” (p.3).

En síntesis, la agenda de los medios también se ve influenciada por informar sobre los asuntos que sean importantes para el público a la vez que otros factores también intervienen en ello. Por ejemplo, factores organizativos que se miden valiéndose del realce

que tenga la noticia. Además, que, toma en cuenta aspectos estructurales del formato en donde sea transmitida la nota y que se ven influenciados por los factores explicados líneas atrás.

Agenda política

De continuidad con las agendas explicadas anteriormente ahora se explicará la que involucra a la política. La que precisamente, (Petrone, 2009) describe como el enlistado de temas que para los políticos son significativos. Sin embargo, esta agenda no está tan presente dentro de los estudios de la agenda setting, donde solo algunos incorporan la agenda política en relación con las dos restantes agendas descritas anteriormente.

Esta idea la amplia Walgrave y Aelst (2004) citado por (Petrone 2009) al reflexionar sobre la agenda política:

sostienen que deben tomarse decisiones importantes respecto al diseño de la investigación: qué nivel de gobierno será analizado, en torno a qué asunto, qué actor político -ya que cada uno posee sus propias reglas y su lógica-, cuál será el indicador de notoriedad o importancia, y, qué período de tiempo será analizado -período electorales o no electorales- (p.4).

Lo anterior hace referencia a la manera en la que los asuntos políticos deben ser tratados dentro de los medios de comunicación. En otras palabras, establece puntos muy específicos que selección que se deben de cumplir para cubrir esta agenda de manera satisfactoria y llegar a obtener las noticias de mayor prominencia para la agenda del medio. Y entre ellos destacan definir el nivel de gobierno al que se va a cubrir, así como, el factor de notoriedad que se le dará.

Dicho esto, estas decisiones que implican la notoriedad de la información presente en la agenda política Walgrave y Aelst (2004) citado por Patrone (2009) explica la real importancia de este factor. Esto porque muchas agendas de medios daban una cobertura simbólica a la cobertura de la agenda política. Por ejemplo, en lugar de profundizar o dar a

conocer un hecho palpable de una acción política concreta, solo daban a conocer expresiones de los actores públicos.

Con lo anterior, el autor quiere reflejar la importancia de dar notoriedad a factores más sustanciales que simbólicos. Es decir, que las agendas de los medios se preocupen por distinguir en la agenda política aspectos que sean más tangibles y trascendentales para la opinión pública. Dentro de los estudios de la agenda setting existe un vacío en cuanto al cómo tratar la agenda descrita en este último apartado.

Teoría de Aguja Hipodérmica

A continuación, se definirá otra de las teorías de comunicación que son pertinentes para el presente estudio y que a su vez con el paso del tiempo denotan una trascendencia histórica en el mundo de la comunicación de masas. En otras palabras, se abordará la influencia que representa la comunicación desde una perspectiva consolidada mediante los medios de comunicación y su efecto en el público o consumidor de este.

A propósito de ahondar en este último aspecto Natta, *et al.*, (2012) explica que a pesar de que la comunicación, así como, los medios mediante los cuales se transmiten estos mensajes datan de períodos prehistóricos. Por ejemplo, papiros, tablas de arcilla hasta señales de humo y muchos otros medios. No es hasta que se desarrolla el periódico moderno que se establece la idea y concepto de medios de comunicación masiva.

Lo anterior resulta importante porque, a partir de este asentamiento más estructurado de los medios, en este caso con periódico, es que se empiezan a manifestar distintas teorías. Es decir, que con ellos devienen distintas ideas entre la relación que existe entre los medios y las masas. Lo anterior lo respalda Natta, *et al.*, (2008) cuando dice que: “La “Mass Communications” no es una única teoría sino una corriente o línea de investigación en cuyo seno se han desarrollado varias,” (p.13). Explicando así las múltiples manifestaciones que se logran desprender de los medios de comunicación masivos.

Dentro del contexto histórico se pueden establecer los primeros indicios de la teoría de la aguja hipodérmica a finales de la Primera Guerra Mundial, cuando, según Álvarez

(2012) se da el prefacio de los métodos de propaganda política y anudado a esto, el surgimiento de del régimen soviético como respaldo omnipotente del poderío de los para entonces nuevos medios de comunicación masivos.

Lo anterior describe la manera en la que el mundo concibió el establecimiento de estos masivos medios de información. En este contexto se desarrolla el concepto de la teoría de la aguja hipodérmica, que Laswell (1927) citado por Álvarez (2012) cuando concluye que: “la propaganda es uno de los instrumentos más poderosos del mundo moderno” (párr. 6). En resumen, se constituye a la propaganda como uno de los principales métodos de persuasión para las masas, lo es lo mismo que decir a las personas de la sociedad del entonces.

Las personas, sin duda juegan un papel importante en la dinámica de estas teorías y en la presente no es la excepción. Como sabemos, ya se explicó la dinámica comunicativa en donde participan un emisor y un receptor. Este último se concebía, en este período histórico, según (Álvarez, 2012) como individuos de fácil acceso en cuento a su vulnerabilidad para ser persuadidos por los medios. Estas masas fueron vistas como seres incapaces de dudar sobre la información recibida. En otras palabras, débiles y obedientes ante los enunciados con los que se les atacaba por medio de la propaganda que disponían los grandes medios.

A pesar, de que, en ese momento no se les atribuían esos dotes a los medios de información hasta que el acontecimiento ya descrito cambio el panorama. Esto lo expone (Álvarez, 2012) citando a (Bauer and Bauer, 1960) cuando dice que en ese tiempo: “existía una creencia ampliamente generalizada sobre las capacidades y el poder de los medios a la hora de dar forma a las opiniones y actitudes de los actores sociales en función de la voluntad de sus controladores” (párr.4). Explicando la trascendencia que se podría devenir del período bélico que se vivó en ese momento y trascendió es aspectos relevantes para la comunicación como lo es la propaganda.

Dicho todo lo anterior, que da pie coloca el contexto en cual se desarrolló el concepto (Natta, 2008) dice que: “la propaganda política había tenido gran influencia” (p.13). Y que a raíz de estos procesos la comunicación de masas desarrollaría una de sus primeras sus primeras reflexiones. Por ello, Natta (2008) explica que el planteamiento para llegar a comprender esta teoría se obtiene de la idea de un estímulo y una respuesta. Es decir, que las

personas que actuarán bajo el papel de receptores de la información recibirán un estímulo exterior y que siempre, de cualquier manera, el ser humano responderá de la misma forma.

Sin embargo, antes de definirla existió otra concepción que Álvarez explica así:

Es en estos años cuando se desarrollan la teoría de la bala mágica, que hacía referencia a la capacidad de persuasión de los medios cuando un determinado mensaje (por ejemplo, la propaganda) daba en el “blanco”. Posteriormente, el nombre de esta teoría se cambiaría por el de la aguja hipodérmica (párr. 6).

Es así como luego de esta concepción inicial de esta teoría se llega a una definición más apropiada que (Natta, 2008) la explica desde la función del receptor así:

Para esta teoría el receptor poco y nada puede hacer una vez que el contenido de la “inyección” (la propaganda o mensaje) ha llegado a su piel. El receptor es pasivo y quien lleva toda la actividad es el emisor. El mensaje tendrá mas [sic] efecto en la medida en que la “inyección” sea mayor o se repitan sus dosis (p.13).

En síntesis, de estas dos definiciones, la que antecedió a la que se define como la propia en la actualidad, habla acerca de esta teoría como una bala, que ejemplifica a la información, en este caso propaganda, que de atinarle a un blanco que se puede definir como el receptor de la información. Según definiciones ya explicadas este receptor no tendría dificultad y sería de fácil atine a los mensajes interpuestos en la información.

Por otro lado, la segunda idea enfatiza en la maleabilidad de la persona como receptora del mensaje. Con esto, la describe como de fácil acceso para lo que metafóricamente se refiere como inyección, entendiendo eso como la propaganda. Además, refuerza la debilidad que tienen estas personas y maximizan el esfuerzo del papel que tiene el emisor en este contexto. Por último, recalca la importancia de la intensidad del mensaje, ya que explica que será más efectivo en tanto se repitan los mensajes.

Según, Álvarez (2012) la teoría de la aguja hipodérmica no se distingue como un conocimiento de bases científicas. Sin embargo, explica que en el mundo contemporáneo tiene un peso importante al momento de iniciar procesos investigativos en los medios de comunicación masiva. Es decir, que esta teoría, a pesar de su trascendencia, no tiene

evidencias empíricas sólidas para establecerlo como que sea entendida como un modelo científico.

En fin, la teoría de la aguja hipodérmica se define como la persuasión de las masas a través de la propaganda. Y concibe a los receptores de este mensaje como de fácil manejo y manipulación. Además, tiene concepción en la Primera Guerra Mundial, cuando emerge el régimen soviético y respaldan el poder de los medios de comunicación masivos. Y comprende que a mayor número de veces que se trasmite un mensaje más efectivo será. Por último, al inicio esta teoría se conoció como la teoría de la bala mágica hasta que se cambiará por el de la aguja hipodérmica.

Medios de comunicación alternativos

Todas las observaciones descritas anteriormente se relacionan con esta línea de investigación, la cual es importante, al momento de establecer, que son los medios alternativos de información. Por eso, es que en este apartado se les describirá y a su vez cuales son los diversos medios de esta índole que se involucran directamente con el presente estudio. Debido a que, el periódico El Guarqueño encuentra su concepción en las siguientes definiciones.

Con respecto a las significaciones de los medios alternativos de comunicación se deberá comprender que existen diversas definiciones, sin embargo, muchas de ellas, halladas en la teoría, encuentran su nacimiento en la relación de las masas con el poder. Precisamente, como se explicaba anteriormente, cuando se entendía el control que pretendía tener la autoridad con el pueblo.

Esta idea la potencian los autores Corrales y Hernández (2009) cuando establecen que: “A la par de dichos estudios comenzaron a surgir nuevas formas de comunicación que buscaban exponer visiones diferentes a las contenidas en los medios tradicionales y de esta manera intentar contrarrestar el imperialismo mediático mediante la concientización”

(párr.20). Validando la relación entre el poder y la persona informada y encontrando a su vez, una necesidad en ello.

Es por ello por lo que se puede afirmar entonces que los medios de comunicación alternativos surgen como una contraposición a lo ya dicho y encuentran su fundamento en las luchas con el poder. Esto lo describe mejor David (2009) citando a Rodríguez (2000) cuando dice que: “el poder es comprendido como la relación entre el poderoso y el débil. ‘En esta conceptualización de poder de todo o nada, los sujetos sociales están históricamente ubicados en uno u otro lado de esta dicotomía de poder’” (p.12).

Según lo dicho, en todo ámbito de la vida se encontrará esta relación entre el poder y el obediente al poder. También explica que los seres humanos siempre se encontrarán cumpliendo alguno de los dos papeles. Esto, además de ampliar las teorías expuestas anteriormente dan inicio al surgimiento de una manera alternativa de comunicar lo que acontece, en esta ocasión no desde una función arbitraria sino social y empática.

De esta manera describe (Rodríguez, 2000) citada por David (2009) la cercanía que debe imperar en esta dinámica comunicativa:

El acercamiento a los medios que denominamos “alternativos” tiene que ser desde la perspectiva de la democracia radical. Bajo este paradigma, se dice que la condición de ciudadano no es algo que se nos dé automáticamente al nacer, sino que es algo que las personas van ganando al involucrarse activamente en las cuestiones políticas de su comunidad, más allá de votar y protestar, buscando transformar símbolos y las relaciones sociales tradicionales. (p.12)

Según lo anterior, como respuesta esta relación de poder donde los lectores y consumidores de los medios de comunicación cumplen el rol de debilidad y los medios de comunicación tradicionales representan a la autoridad informativa. En contraste con esto, una de las motivaciones que deben ser primar los medios alternativos es la cercanía. Es así como de manera introductoria se comprende a los medios de comunicación alternativos como una contraposición al poder de los medios tradicionales y a su vez como un ente con identidad democrática cercano a la realidad de las personas.

Por su parte, la concepción de este término en el continente lo explica Corrales y Hernández (2009) cuando recuerda que: “el origen del fenómeno alternativo de la comunicación en América Latina, debemos abordarla como componente histórico enraizado en la cultura popular” (p.23). Ampliando en el sentido cultural de América Latina como condición histórica y determinante de lo alternativo que se exterioriza desde los propios latinoamericanos.

A su vez, (Corrales y Hernández, 2009) explica la manera en la que los medios alternativos fueron tomados en cuenta como fenómenos de estudio. Explica que a partir de la década de 1980 los estudiosos mostraron interés en investigar este tipo de comunicación. Ahonda en el sentido de los primeros estudios, que tomaba en cuenta, medios comunitarios y ciudadanos. En fin, todos los medios alternativos en general que tuvieran una visión de querer un cambio social a través de organizaciones populares y movimientos sociales.

Es así como, este concepto encuentra su definición según lo expone Corrales y Hernández (2009) cuando establece que: “La comunicación alternativa es una respuesta no autoritaria a la voluntad del cambio social, gracias a ella conocemos la voz de los actores sociales: hombres y mujeres que viven, piensan y sienten, y que buscan ser escuchados” (párr.1). Ratificando de esta manera la relación con el poder que dio surgimiento a una respuesta que no provenga desde la autoridad y se dirija en función a las necesidades que brinden un cambio social.

Ahora bien, varios son los procesos históricos a los que se les puede atribuir la consolidación de este fenómeno. Es decir, a pesar de que, como ya se dijo la comunicación es algo que existe de la mano a la misma existencia del ser humano como una necesidad, es verdad que se le pueden atribuir a ciertos espacios y poblaciones que en la historia contribuyeron a una consolidación conceptual y estructural de este concepto, tal y como se describió con los medios de comunicación masivos.

Por ello, es que en esta ocasión (Lewis 1995) describe como existen varios ambientes que propiciaron un espacio donde tuvieran cabida los medios alternativos, empieza a describirlos así:

En primer lugar, los nuevos movimientos sociales como el movimiento femenino, las minorías étnicas, los migrantes, los ambientalistas, los pacifistas, los activistas

homosexuales y las organizaciones antirracistas. Estos movimientos suelen ser de origen extraparlamentario y los medios de comunicación de masas los ignoran en gran parte, o bien los marginan o dan una idea errónea de ellos. En relación con los medios de comunicación de masas, el dilema de estos grupos es el mismo al que hacen frente todos los grupos de presión: dedicar tiempo y esfuerzo a persuadir a los medios de comunicación de masas para que consideren favorablemente su causa, o utilizar ellos mismos los medios de comunicación. Este último procedimiento confiere un mayor control, pero tiende a limitar el alcance. (p.17)

Con esto, el autor describe a las poblaciones marginadas por la sociedad, así como, la conciencia humanista como uno de los indicadores que había una necesidad preponderante comunicativa que informara por y para estas poblaciones. Esto porque muchas veces las personas involucradas en estos movimientos sociales son ignorados y poco comprendidos por los medios de comunicación masiva, hasta el punto de ser invisibilizados o mostrados de una manera errónea.

Otro de los aspectos que propició el espacio para el desarrollo de los medios de comunicación alternativos fueron las luchas a favor de los derechos humanos y de las poblaciones de zona rural contra el poder de los centros urbanos. Así lo describe (Lewis 1995) en el dato histórico que dio pie a que se desarrollaran estos medios cuando dijo que:

“Existen los viejos y constantes combates, en favor de los derechos humanos, de los derechos lingüísticos, de los derechos sindicales, de las poblaciones rurales contra los centros urbanos de poder, o de los pobres contra los ricos y los poderosos (pp.17-18).

Con esto el autor detalla como la conciencia de clase también aportó a que los medios de comunicación alternativos se desarrollaran. Debido a que, a través de estos espacios donde se enfrentaban disyuntivas tan marcadas como la pobreza y la riqueza o la urbanidad con los espacios rurales permitían a su vez generar el espacio para cuestionarse aspecto que necesitaban de una respuesta. Es decir, que esto responde a la cercanía y a la comprensión de la realidad con la que se debe contar para ejercer y participar de este tipo de medios de comunicación que rigen en función del servicio a los demás.

Continuando, el último de los tres aspectos que describe el autor retrata una oportunidad para este tipo de medios en las nuevas demandas dentro del espacio político. Es decir, se trata de mirar en estas necesidades un compromiso y una responsabilidad para servir al pueblo. De esta forma se logra cubrir las reclamaciones de poblaciones específicas con el aparato estatal, que posteriormente, según se desarrolle el hecho podría convertirse en noticia nacional y lograr una mayor trascendencia.

Esta idea la explica mejor (Lewis 1995) cuando describe que:

Son reclamaciones políticas y sociales conscientes de grupos para los cuales la comunicación alternativa no es más que otra faceta de su necesidad de oponerse a las estructuras y formas hegemónicas y crear una nueva realidad social y cultural para ellos (p.18).

En relación con el significado de la palabra alternativa la Real Academia Española (2022) lo describe como un adjetivo que describe cualquier tipo de actividad y de cualquier género, que son especialmente culturales. Es destacable, que dichas actividades difieren de la normalidad o de los modelos oficialistas que responden al paradigma social de lo que existe y acontece. En síntesis, es un término que se refiere a lo contradictorio de lo que es comúnmente aceptado.

Mientras tanto, (Corrales y Hernández, 2009) plantean el significado de este concepto desde lo expuesto más arriba, desde su concepción histórica y actual:

Los medios alternativos de comunicación siempre han existido y se encuentran profundamente vinculados con el desarrollo de las sociedades. En la actualidad, gracias a las nuevas tecnologías y a su inminente desarrollo, nos reconocemos inmersos en una nueva era de comunicación alternativa, personificada en los nuevos medios de la alternancia y la participación (párr. 5).

Con lo anterior, se destaca la modernidad actual con los medios de comunicación alternativos. A su vez, destaca el desarrollo histórico de los medios alternativos en la historia del ser humano. Es decir, que encuentra enraizamiento al lado del proceso evolutivo de las sociedades alrededor del mundo y explica la relación contractual de la modernidad y el uso

de las más diversas y modernas herramientas para maximizar el propósito de este tipo de periodismo.

En este contexto, se valorará la concepción general de los medios alternativos de comunicación, debido que es lo que responde a las necesidades del presente estudio. Por ello, a causa de la realidad de los hechos a los que se intenta encontrar un análisis es que varias aristas allegadas a contemporaneidad de este concepto no serán tomadas en cuenta.

Ahora bien, otras definiciones que abarca Corrales y Hernández (2009) para la comunicación alternativa o lo que para esta investigación es lo mismo que referirse a medios de comunicación alternativos, es lo que expone sobre la visión humanista con la que responden a las necesidades de los demás. Con esto, quiere dar a entender que esta comunicación parte de los propios individuos que en su cotidianidad viven la realidad social. Lo que la convierte en este medio no autoritario que surge de las necesidades que están presentes en su localidad.

En cuanto a su propósito, (Corrales y Hernández, 2009) dicen que: “pareciera ser la opción que surge de y para la comunidad” (párr.9). Donde destacan la inspiración de los individuos que parten de la realidad con una visión ajena al poder y que ocasiona una opinión más acertada que la divulgan los medios tradicionales. Y comprende, también que esta constituye un proceso social alternativo que difiere del sistema dominante de la sociedad que está relacionado con el poder y los medios.

Esta idea se reafirma en lo escrito por (Corrales y Hernández, 2009) cuando habla del propósito de estos medios de la siguiente manera:

De esta forma, los hombres han encontrado en los medios alternos el camino a la participación social, que tiene como fin último la construcción de un nuevo orden en el que todos tengamos cabida. Los medios alternativos significan para muchos la esperanza materializada en documentos, imágenes, vídeos y audios que dan la palabra a los individuos que en un intento de movilización social buscan la concientización por las vías del convencimiento informativo e ideológico. (párr.7)

De esta forma lo amplia (Corrales y Hernández, 2009) cuando afirman que la comunicación alternativa tiene su nacimiento de la necesidad de las personas de comunicar

su entorno no solo a sus vecinos sino exponerlo al mundo. Esto encuentra su razón en que la realidad hegemónica de los medios tradicionales no tiene cabida para estas necesidades más locales. Debido que estos medios actúan en función de las acciones poder y el discurso que lancen, ocasionando que sea invadidos, controlados y saturados. Por eso es por lo que los medios alternativos se oponen desde su planteamiento a las ideas de los medios masivos.

De acuerdo con lo descrito, los medios de comunicación alternativos se han consolidado con el paso del tiempo de manera conceptual. Es decir, a través de la evolución de la historia se amplió la manera en la que se percibe a estos medios. Por ello, Corrales y Hernández (2009) a continuación exponen las principales características que presentan.

Tabla 1.

Características de los medios de comunicación alternativos

Principales características de los medios alternativos	
Propósito: Razón de ser	Los medios alternativos nacen de una necesidad social, ya sea educativa, humana, cultural, ambiental, política, económica, etc. Invitan a la movilización social, y su razón de ser es promover y convocar ideologías y eventos específicos, en los que los interesados pueden manifestarse ya sea virtual o físicamente.
Objetivo	Impulsar la concientización social y generar la retroalimentación entre el medio y la audiencia de manera continua. En la actualidad enfrentan al capitalismo y al neoliberalismo ideológica y culturalmente.
Mensaje	El mensaje alternativo difiere en forma y contenido al elaborado por los medios tradicionales, ya que encierra la mirada de individuos ajenos a los grupos de poder. En él se busca exponer la realidad social, olvidándose de los beneficios económicos que por lo regular buscan los mensajes de los medios tradicionales.
Organización	Cuentan con una organización en la que los interesados pueden participar, se podría decir que tal organización es más horizontal y democrática que la de los medios tradicionales. Todos los individuos interesados pueden participar en su producción, control y distribución, olvidando las limitantes profesionales que suelen regular a los medios tradicionales.
Enfoque	Su enfoque puede ir de lo local a lo global, dependiendo del contenido que este exponga. Muchas veces los medios alternativos surgen de la necesidad de expresar una realidad social específica y local, pero con el paso del tiempo son capaces de evolucionar a expresiones más globales, las cuales encierran causas más generales, como la lucha contra el neoliberalismo. El enfoque, da fuerza al vínculo entre medio y ciudadano, por lo que

	la relación con sus consumidores difiere de la relación que los medios tradicionales tienen con su audiencia. En los medios alternativos los consumidores participan y ayudan a definir las necesidades y objetivos de este.
Financiamiento	Los medios alternativos cuentan con diversas fuentes de financiamiento, las cuales pueden ser propias, de fundaciones o autogestión, pero muy pocas veces ligados al estado o la publicidad. Los medios alternos no tienen fines comerciales.
Audiencia	<p>La audiencia de estos medios tiene la ventaja de poder participar en la producción, es por ello por lo que los consumidores pasan de pasivos a activos, y surge, a decir de Alvin Toffler: el prosumidor. (Islas. 2008).</p> <p>Prosumidor: Consumidor que asume simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos. La audiencia de los medios alternativos tiene la opción de convertirse en una audiencia movilizada, inserta en una relación horizontal y continua con los medios.</p> <p>El tamaño de la audiencia de los medios alternos varía, puede ir de lo local a lo global, y no necesariamente es minoría, gracias a las nuevas tecnologías los medios alternos pueden llegar, cada vez más, a un mayor público.</p>

Fuente: Corrales y Hernández (2009)

De acuerdo con las características reflejadas en tabla anterior se puede entender de manera más clara lo que son los medios de comunicación alternativos. Esos rasgos abarcan diversos puntos que son trascendentales para comprender y para el quehacer de estos medios. En ellos se reafirma la importancia de la identificación con las necesidades sociales y también manifiestan el interés por la movilización de las personas ante tales injusticias.

Esto último, abarca la dimensión social, que es objetivo de esta manera de informar y que requiere de retroalimentación con a la audiencia. Es decir, que de la mano con un mensaje que se diferencia por su contenido y forma con los medios tradicionales puede establecer una simbiosis con los ciudadanos donde ellos se vean concientizados por la

realidad social que viven. Se destaca que el mensaje carece de intereses económicos y sobresale el sentido del servicio por los demás.

De esta forma, estos aspectos se ven reflejados en su enfoque y en su organización. Porque gracias a su sentido de servicio a los ciudadanos la comunicación organizacional de vuelve más horizontal y participativa. Esto viene a ampliar la visión simbiótica que maximiza el intercambio de beneficios entre la audiencia y el medio. Además, las personas de alguna manera terminan definiendo las necesidades informativas y los objetivos del medio. Que a su vez puede enfocarse en ir de lo local a lo global con algún contenido que divulgue. Lo que genera una visión que permitirá mostrarle a otras personas, de otros espacios, la realidad social que vive esa localidad.

Por último, un punto destacable y de suma relevancia es el método de financiamiento con el cual los medios de comunicación alternativa pueden sobrevivir. En ellos se establece de manera puntual que los fines de estos medios no deben de ser comerciales. En tal caso, obtienen las divisas de distintas maneras, por ejemplo, dinero propio y fundaciones. En raras ocasiones por medio de la publicidad o del Estado. Una vez más se reafirma el sentido cívico y humanístico de los medios alternativos en función de la ciudadanía.

Por otra parte, la realidad es que este tipo de medios de comunicación se encuentran inmersos en un mundo donde deben competir con los medios masivos, los que dispone una serie de limitantes que (Corrales y Hernández, 2009) enlista así:

- Falta de credibilidad. Al ser medios creados por individuos (en su mayoría) ajenos a los medios tradicionales, los medios alternativos se plantean como dudosos y/o tendenciosos. Es decir, pueden generar una gran falta de credibilidad al no llevar firmas de especialistas o académicos. Esta limitante, es tan solo un reflejo del mundo institucionalizado en el que vivimos.
- Su origen comunitario o regional. Este origen, es a la vez ventaja y desventaja. Los medios alternativos, en especial los ligados con movimientos sociales han sido creados a la par de procesos regionales, que, por ende, involucran a un sector de la población de una nación o del mundo. Es así como apreciamos que la gran mayoría de medios alternativos ligados a movimientos sociales se encuentran limitados a un área de localización geográfica, sin embargo, en los

últimos años se han multiplicado las propuestas que intentan agrupar a diversos movimientos, congregándolos por sus causas y no por sus regiones de acción.

- La contradicción que encierran desde el origen. Los medios alternativos presentan una contradicción en su origen: por un lado, intentan alcanzar el mayor número de audiencia susceptible al movimiento del que participan, mientras que por el otro pretenden rechazar todo el orden preexistente por el sistema capitalista.
- Su crecimiento y desarrollo los condiciona. Cuando un medio alternativo comienza a crecer plantea una necesidad de reorganización más cercana al sistema que crítica, y del que es rechazado. Los medios alternativos, en su concepción teórica al ser medios no alineados, se piensan como descapitalizados y des institucionalizados, e inclusive desprofesionalizados, lo cual es difícil de conservar cuando los medios crecen velozmente, exigiendo organizaciones más formales, que tarde o temprano caerán en modelos capitalistas e institucionalizados.
- Los medios de comunicación alternativa necesitan de una audiencia alternativa. Una de las funciones de este tipo de medios, que a la vez los limita, es que deben de generar y cultivar un nuevo tipo de audiencia, dispuesta a modificar muchas veces sus hábitos de consumo cultural y autoproclamarse como una audiencia alternativa.
- Los medios de comunicación alternativa son susceptibles al fracaso. Al no estar regidos por la ley del mercado, los medios alternativos peligran ante las fluctuaciones de los factores esenciales para su funcionamiento: financiamiento, recursos humanos y materiales.
- Los medios de comunicación alternativa, pueden ser reproductores del sistema que tanto quieren modificar. Al nacer de individuos que comparten el mundo actual y pertenecen al modelo de vida neoliberal simplemente por el hecho de estar inmersos en él, los medios alternativos corren el riesgo de caer en las mismas prácticas, usos y costumbres que tanto critican y quieren cambiar, quizás de manera inconsciente.

- Los medios de comunicación alternativa son reflejo de un segmento social. La realidad planteada por un medio de comunicación alternativa es aquella que ha abstraído y generado un segmento de la sociedad y difícilmente puede englobar al total de la población, aunque en la práctica lo intente.

Dicho esto, son grandes los limitantes que a su vez son retos a los que los medios de comunicación alternativos se enfrentan. Por ejemplo, la falta de credibilidad y de profesionalización son unos de los factores que resaltan dentro de lo que exponen los autores. Esto al referirse que las demandas por sí misma del mundo actual les va a conferir eso como una limitante y una necesidad. Es decir, el mundo actual demanda de una profesionalización que a su vez garantice la credibilidad de la información que se expone.

Conviene subrayar que, la propia definición de lo que son los medios de comunicación alternativos significan, a su vez, una contradicción con la que deben lidiar. Esto se explica mejor cuando se comprende las limitaciones que adquiere el medio de comunicación desde que se crea con la visión ya explicada anteriormente. Por ejemplo, el hecho de delimitarse geográfica o ideológicamente ya dispone por sí mismo un reto al tener que capturar la atención de esa población en específico por ser parte primordial de la función periodística bajo los estándares con él ha sido concebido el medio.

Esto último se amplía cuando se describe al tipo de audiencia hacia la que apunta el medio. Es decir, cuando exista un medio alternativo se comprenderá como tal la existencia de una audiencia alternativa y que ambas actúen en función de una con la otra bajo el rol que les corresponda. Entonces esto dispone de una limitante muy específica que debe resolver el medio, debido a que, al ser tan focalizada la visión que tienen así se delimita a quienes va dirigido. No es como que haya otra audiencia a quien pudiera beneficiarle o al menos interesarle esa información de la cual se dispone.

Por último, los medios alternativos pueden terminar convirtiéndose en su némesis. Esto a que, convergen en un mismo mundo ellos junto con los medios de comunicación masiva. Un mundo que actúa conforme a interés neoliberales y de cuales casi nadie escapa. Esto conlleva a que pueden asemejarse a lo que en primera instancia quieren cambiar. En otras palabras, la convergencia de ambos medios en el mundo actual predispone una limitante

para los medios alternativos por el simple hecho de estar en él. Lo que puede conllevar a que tengan las mismas prácticas y costumbre.

Periodismo Regional

Avanzando en nuestro razonamiento, ahora se explicará el concepto de periodismo regional. Es importante recordar entonces lo que el periodismo como tal es y que ya se abordó al inicio de este apartado. Donde se expuso, en síntesis, que el periodismo es la profesionalización del aspecto comunicativo donde participan distintos sujetos y factores. Lo que quiere decir que es un oficio que facilita la transmisión responsable y veraz de la información.

Es destacable lo descrito en anterioridad debido a que este aspecto responde directamente al periodismo como tal. Sin embargo, se aborda en estas instancias, debido a que, sus características diferenciadoras, conceptuales e idealistas se adecuan más con los medios de comunicación alternativos como respuesta a las necesidades a las que responden estos tipos de medio de comunicación.

Es importante aclarar que es el periodismo regional, sobre todo, establecer sus diferenciadores con respecto a otras conjeturas semejantes pero que en realidad no lo son. Al respecto, Espinoza (2004) asevera que este tipo de periodismo ha sido olvidado en muchos lugares a pesar de ser suma utilidad y por el que más optan las personas para demostrar su sentir. Además, que es este tipo de periodismo el que evoca el palpitar de la vida de quienes han sido marginados, lugar en donde también existen historias que exclaman ser narradas como hechos relevantes.

Ahora bien, luego de esta concientización de la realidad que percibe dicho autor sobre el periodismo regional llega el momento de recaer en uno de los aspectos que más lo define según los teóricos. Para empezar Fontcuberta (1997) dice que:

En periodismo suele entenderse el concepto de lo regional en función de su delimitación geográfica. Ese es el eje vertebrador de los contenidos de los llamados medios regionales, y su credo periodístico es el factor de la proximidad, considerado

uno de los reclamos más poderosos a la hora de elegir una noticia: la gente está interesada en conocer lo que ocurre en un entorno cercano (p.45).

De esta manera el autor expone una de las singularidades que caracteriza al periodismo regional, su delimitación geográfica. A partir de eso, entonces, se puede comprender otras características primordiales que devienen su geografía, por ejemplo, su proximidad. Esto constituye como la piedra angular para la funcionalidad de este periodismo, debido a que, responde a uno de los valores fundamentales dentro del oficio y a uno de los más llamados por la audiencia. Misma que, se mira beneficiada al saber que acontecimientos suspenden a su alrededor y los afecta directamente.

Mientras que, para López (2020) citando Gonzáles, *et al.*, (1999) el periodismo regional se define como:

Es aquella que se difunde en toda, o en gran parte de una región y que tiene sede editorial en una de sus ciudades o capitales de provincia, sin que necesariamente tenga que ser la que ostenta la capacidad oficial de la región; la intencionalidad y el contenido principal son de ámbito regional; tal es la percepción que de ello tiene el lector, y su relación con las instituciones y organismos representativos de la región es directa y permanente. (p.48)

Según lo anterior, el periodismo regional encuentra su propósito en relación con el acontecer de las historias que sucedan en su región y en el quehacer de los organismos influyentes del lugar. Con esto se quiere decir que, uno de los factores definitivos en los que concuerdan los actores es su delimitación geográfica, excepto que, en el párrafo anterior se le destacan como una región que contempla ciudades y que la estructura propia del medio puede ubicarse en uno de ellos si necesidad de tener preferencias con la localidad de esa región.

Cabe destacar que, (López 2020) recalca esta afirmación explicando como los medios regionales muestran lo que ocurre en lugar específico. Es decir, que informan a la misma población sobre la vida cotidiana de los lugareños. A su vez, que informan a una comunidad y es realizado por algún vecino del lugar donde el tema predominante de la información es de índole rural y los formatos que prevalecen son los escritos y los radiofónicos.

Por otro lado, Obando (2014) citado por Ramírez (2020) se refiere a prominente presencia de medios regionales en Costa Rica así:

En cada región de nuestro territorio hay un medio de comunicación regional ya sea prensa-escrita, televisiva, radial o digital ahora los pobladores no solo se mantienen informados del acontecer nacional sino también de lo que pasa en su comunidad (p.32).

Por medio de la aseveración anterior se comprender aspectos que son destacables sobre los medios de comunicación regionales. Dado que el autor se refiere a la importancia de estos y la particularidad de que los ciudadanos se informaran además del acontecer nacional, ahora, de lo que sucede en la comunidad que habita. De esto se puede desprender también una causa a la emergencia de los medios regionales. Es la propia agenda mediática de los medios de comunicación masivos que impiden el cubrimiento de notas de cercanía para cada comunidad, que a la vez género que los propios vecinos de cada una ella los generará.

Es necesario recalcar que, para (Espinoza, 2004) el periodismo regional también encuentra su principal rasgo en el espacio en el cual se desarrolla, reforzando los conceptos de los teóricos de esta forma:

El periodismo regional tiene los mismo [sic] objetivos que el periodismo a nivel nacional, la diferencia estriba en la forma de presentación y tipo de noticia a cubrir. Su principal característica es la posesión de una cobertura informativa circunscrita a una localidad específica. Sin embargo, no por ello deja de lado las noticias de su entorno exterior, ya que éstas [sic] permiten el desarrollo de un juicio más amplio en su lector con respecto a su misma coyuntura local. (párr.17)

Además de esto (Espinoza, 2004) dice que, a pesar de que muchos periódicos nacionales acaparan la atención de la mayoría de los lectores y que muchos de esos periódicos tienen dentro ejemplares focalizados para ciertas localidades, de igual manera los periódicos regionales permiten una cercanía mayor. Esto porque les brindan la oportunidad a los ciudadanos locales de expresarse acerca de su realidad dentro de espacio en específico.

En fin, el periodismo regional no solo abarca los hechos que suceden dentro de ella, sino que también permiten manejar otro flujo con las informaciones. De esta manera, las noticias que sean de interés nacional se pueden adecuar en tanto el efecto y repercusiones que pueda llegar a significar para la región. Por otro lado, del propio acontecer regional puede surgir un hecho noticioso de trascendencia hasta el nivel nacional. El periodismo regional es actor y parte dentro del acontecer periodístico regional porque brinda voz y cercanía a sus lectores.

Periodismo Comunitario

Continuando con la descripción de las diversas aristas dentro del ámbito periodístico, ahora se abarcará los que se constituye como periodismo comunitario. A través de las siguientes líneas se tratará de hacer una síntesis de las principales ideas que convergen en este concepto. Además, se abordará la temática de lo comunitario desde su visión propia de comunidad y el rol del ciudadano dentro de ella.

Antes de seguir es importante recordar como Corrales y Hernández (2004) explican la oposición de los medios alternativos a la cosmovisión de los medios de comunicación masivos de comunicación. Y también cabe destacar la importancia sobre el servicio que ofrecen a las comunidades que se ven desamparados ante los medios de comunicación grandes.

Al respecto, Sánchez y Sánchez (2011) se refieren a lo anterior describiendo la proximidad que brindan los espacios locales para el desarrollo de los medios:

Los espacios locales, así como la tendencia a la globalización presentan diversas cuestiones, algunas de ellas se relacionan e imbrican en las axiologías del ciudadano como espacios singulares y generales que tienen en cuenta la alteridad. Pero ¿a qué nos referimos cuando hablamos de proximidad? Partiremos de lo que dice el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española sobre el término en cuestión, lo define como “cercano, que dista poco en el espacio o en el tiempo”. (p.63)

Esto sirve de preámbulo para comprender de que trata el periodismo comunitario. Debido a que, es la proximidad una de sus características y que se delimita sobre el tiempo y el espacio que le confiere. Dicho esto, se relaciona con el concepto en estudio dado que, se desarrolla bajo los parámetros que están concebidos en la definición de proximidad.

Ahora bien, para definir el concepto de periodismo comunitario no existe una definición asentada como tal y que sea aceptada por todos. Sin embargo, la Universidad de Zaragoza (s.f.) lo explica así: “En el caso del periodismo comunitario, hablamos de una comunidad que se junta para ser relator de un tema en el cual esta [sic] implicado y conoce y de sus experiencias cercanas o de su comunidad” (párr.3). Amplia, de esa manera, el como una comunidad se involucra dado que se encuentra implicado dentro del desarrollo del lugar.

Por su parte Ureña (2013), explica que el periodismo comunitario tiene una manifestación directa partiendo de la participación ciudadana y ya no cumple el rol pasivo que se describe dentro de las teorías de comunicación, sino que ahora, es parte activa del proceso de información. Esto lo convierte en un ciudadano que moviliza a su círculo a promover una cultura de proposición con acciones en positivo para el bienestar de estos.

Con el propósito de comprender mejor estos conceptos la Universidad de Zaragoza (s.f.) le atribuyen al periodismo comunitario ciertas características como:

- El periodismo comunitario surge de la comunidad, y va hacia la comunidad.
- Hecho por personas que conocen bien su entorno y las historias que se cuentan son cercanas.
- No puede tener una inclinación política, prima la libertad de expresión, ni a un medio privado.
- Promover y defender los Derechos Humanos y los principios democráticos recogidos por la Declaración Universal de los Derechos Humanos, con especial referencia a la libertad de expresión y el Derecho a la Comunicación como derechos fundamentales claves para el ejercicio y desarrollo de otros derechos”.
- Hecho por y para la comunidad.
- Normalmente son medios con trabajadores asalariados, pero sin animo [sic] de lucro. En el caso del periodismo comunitario, hablamos de una comunidad que se

junta para ser relator de un tema en el cual está implicado y conoce y de sus experiencias cercanas o de su comunidad (párr.13).

De esta forma se puede comprender como el periodismo comunitario debe cumplir con una responsabilidad en función de la comunidad. Además, estas personas conocen desde su experiencia la realidad social de lo que sucede en la comunidad. Con el propósito de promover un buen ejercicio de los derechos humanos. Y finalmente no se puede deber a intereses de cualquier tipo, por ejemplo, política o comercial.

Aun sabiendo esto, (Ureña, 2013) explica que, existen muchas concepciones para la definición de periodismo comunitario. Esto porque es un concepto al cual en múltiples ocasiones se concibe con nociones distintas. Además, señala que en Costa Rica esta situación se encuentra más unificado, a pesar de la ambigüedad de las opiniones expertas. Es decir, que sin importar las diversas definiciones que se le puedan atribuir, primero si se logra discernir al menos una idea de lo que son y segundo, en el territorio costarricense este concepto se encuentra unificado.

Por su parte, Miralles (2004) citado por Ureña (2013) dice que se: “Busca (el periodismo comunitario) involucrar al ciudadano no para promover procesos de autogobierno o suplir al Estado en sus tareas públicas, sino para formar una opinión pública autónoma.” (p.43). Es decir, que la participación ciudadana dentro de este tipo de periodismo no tiene otro fin, más que, el de beneficiar a la comunidad partiendo desde la propia experiencia para crear una comunión entre la experiencia y las noticias que reciben el público que a su vez son sus vecinos.

Dicho lo anterior cabe mencionar lo que (Ureña 2013) citando a Ballesteros (2006) tienen que mencionar respecto a la participación ciudadana:

Dado el rol trascendental de la ciudadanía en la construcción del devenir de una localidad o región -y concluyendo lo anterior- resulta trascendental que los ciudadanos que se movilizan en la esfera de la Sociedad Civil y especialmente de la Sociedad Civil organizada, participen y jueguen un papel en ámbitos fundamentales como el monitoreo a la eficiencia de la gestión y el desempeño de la esfera Estatal, la promoción de dinámicas de auditoría social y rendición de cuentas y, por en especial, la incidencia en la toma de decisiones. (p.35)

Con esto, el autor rescata la importancia de la participación ciudadana en la esfera pública de la sociedad. Especialmente, destaca la relevancia de tomar espacio que influyan en las decisiones de la localidad. Así que, no solamente como figura autoritaria, sino, como una figura fiscalizadora del aparato municipal que otras organizaciones de interés para la comunidad. Entonces después de explicado lo anterior, se puede describir a la función periodística comunitaria como una acción de participación ciudadana.

Algo semejante también describe (Ureña, 2013) citando a (Merino, 1996) cuando amplía la importancia de la participación ciudadana:

Explica que la participación puede distinguirse desde diferentes puntos de vista. Para él “participar”, en principio, significa “tomar parte”: convertirse uno mismo en parte de una organización que reúne a más de una sola persona. Pero también significa “compartir” algo con alguien o por lo menos, hacer saber a otras algunas informaciones (p.36).

Así es como, la participación ciudadana influye en gran parte a nutrir a sociedad democrática en la que logran convivir las comunidades. Y de esta forma ser entes activos que participan en el intercambio de informaciones, que es parte importante dentro de esta participación. Además de unificar esta participación en el sentido de la correcta convergencia con la organización afín.

En resumen, el periodismo comunitario se ve delimitado por su espacio y sobre todo por la participación de los propios habitantes del lugar. También es de vital importancia conocer de primera mano, es decir, desde la experiencia la realidad social de la comunidad. Por último, esta debe surgir desde un sentido de participación ciudadana. Aunque las definiciones pueden no ser las mismas para todos los teóricos si se logra evidenciar una similitud esencial entre todos. Esto permite que en Costa Rica exista una definición homogenizada del periodismo comunitario.

Periodismo Social

Lo dicho hasta aquí supone una comprensión sólida de todos los conceptos abordados. Desde la concepción del significado de comunicación y todo lo que hasta el momento se ha desmoronado hasta llegar a la definición de periodismo social. Si en el anterior concepto no se distinguía bien su definición por los teóricos, en el caso de este enunciado sucede algo similar en cuanto a una aproximación única y concreta sobre este término.

El periodismo es entendido como aquella herramienta que permite la emisión de información relevante para el público. Esto lo confirma Llobet (2006) cuando dice que:” La idea clásica del periodismo entendido como una práctica informativa cuya materia prima es la noticia, considerada como un bien social” (p.1). Advirtiéndolo, entonces sobre como dentro del significado inicial del periodismo tiene una variante social que ya destaca y se vuelve un aspecto inherente al periodismo.

Al respecto, (Ureña, 2013) citando a Benito (1982) explica que:

La gran función de los medios de comunicación social es la de mantener vivo y profundizar continuamente, sobre todo, el conocimiento y la vigencia de aquellas verdades, que, por diferentes fundamentos de evidencia, se han convertido en certezas sobre las que se sustenta la convivencia plural en la libertad de la sociedad de que se trate (p.26).

Según lo descrito en el párrafo anterior, existe una conexión entre lo social y la verdad. Comprendiendo esta última como la meta a perseguir a través del periodismo social. Destaca, sobre todo, mantener vigente aquellas verdades que son asimiladas por la gran mayoría y que mantiene la convivencia común.

Según esto, los periodistas tienen gran influencia dentro del contenido que publican, debido que forjan la realidad que muchos conciben como verdad. Sobre esto se refiere (Llobet, 2006) citando a Alsina (1989) cuando afirma que:

“...la noticia, dentro de la perspectiva de la construcción social de la realidad, concibo la construcción de la noticia como un tipo especial de realidad: es la realidad pública. Desde este punto de vista habría que hablar de la construcción de la realidad social. Los periodistas son, como todas las personas, constructores de la realidad de su

entorno. Pero además dan forma de narración a esta realidad y, difundiéndola, la convierten en una realidad pública. (p.8)

De lo anterior, es destacable la responsabilidad del periodista con las noticias que divulga. Esto porque, toda esta información puede llegar a ser percibida como realidad. De otra forma, se puede aseverar que los periodistas son los responsables de construir la realidad de la sociedad. Porque a través de escogencia de la temática mediática alimentan una narrativa que termina dominando la esfera pública.

Ahora bien, la monetización del periodismo influyó en la capacidad de invertir de nuevo en otros tipos de periodismo. Según (Llobet, 2006) el periodismo social tiene su nacimiento bajo esta idea, junto con otras categorías que se beneficiaron por la mercantilización. Precisamente tiene su origen en Estados Unidos, en las décadas de 1980 y 1990. Por su parte, en América Latina, Brasil aplicó el periodismo social de primero, seguido por Argentina y Colombia en el año 2000.

Las bases del periodismo social las define (Cytrynblum 2000) citado por (Llobet, 2006) cuando dice que:

“El periodismo social se basa en la mejor tradición periodística, pero da un paso adelante. No se conforma con el elemental cuidado de la información –pluralismo, independencia, chequeo, etc., propia de la tarea periodística, sino que suma su compromiso con los procesos sociales (p.3).

Según lo anterior, la profundidad de la información es vital para un correcto acercamiento con los aspectos sociales. Se refiere a la maximización de los procesos sociales mediante un responsable uso de las herramientas periodísticas. El periodista por consiguiente no es un conformista si no que adquiere un valor y reconocimiento agregado al incluir sus compromisos sociales dentro de su día a día.

Por otro lado, (Llobet, 2006) cree que los temas sociales merecen tener una sección específica en los medios de comunicación. Hecho que se traduce en darle la misma importancia y relevancia que tienen otras líneas temáticas. Así el periodismo social se define como un concepto activo y abierto. Ya que posee ideología, motiva al desarrollo de la acción

en comunidad y tiene una responsabilidad adecuada hacia la utilización del lenguaje y promotor de los derechos de las personas.

Por su parte, Barranquero (2018) citando a Fernández (2016) dice que: “los estudios coinciden en afirmar que nos hallamos frente a un área muy difícil de conceptualizar y delimitar porque todo, en esencia, se relaciona con lo social” (p.661). Denotando así, la ambigüedad que existe dentro de esta definición, pues afirma todo tema tiene intrínseco el ámbito social. Por ejemplo, la temática política, cultural o medioambientales en esencia tienen una relación con lo social.

En contraste, (Barranquero, 2018) describe como, de manera contradictoria, los medios de comunicación también buscan la profesionalización de la temática social. Esto genera más aspectos que tienen que ver con generación de las agendas mediática que contengan únicamente temas afines a lo social, así como, la especialización de los perfiles profesionales. Todo esto a pesar de que el periodismo social es concebido como una temática sin relevancia para el medio. Es decir, la colocan en lugares periféricos o menos valor adquisitivo para el medio.

Según todo lo explicado hasta ahora sobre periodismo social, se pueden establecer varias características más y a la vez sus diferenciadores con el periodismo convencional. Eso se recaba a continuación en una tabla de Cytrynblum (2009) citado por (Barranquero, 2018) donde establece la diferencia entre el periodismo convencional y el periodismo social.

Tabla 2. Diferencias entre periodismo social y convencional.

Periodismo convencional	Periodismo Social
Se dice a sí mismo “neutro”, aunque ejerce muchas veces como uno más de los poderes fácticos	Se considera ideológico y se guía por valores como los derechos humanos y la vigilancia al poder (“cuarto poder”)

Tiene tendencia a la descontextualización de los hechos	Es articulador y proporciona contexto
Privilegia fuentes y protagonistas oficiales	Privilegia fuentes y protagonistas ciudadanos
Informa e interpreta	Informa, interpreta, educa y moviliza
Suele permanecer inactivo frente a la realidad	Es proactivo y promueve la búsqueda de soluciones
Descuida el uso del lenguaje	Privilegia el lenguaje inclusivo

Fuente: Barranquero (2018) citando a Cytrynblum (2009)

Cabe destacar, que el periodismo social resalta por su interés en movilizar al público y no solo por informar, es decir, tiene un objetivo transformador dentro de su significado. Esto se liga con otra de su característica que lo diferencia del periodismo convencional, la proactividad. Además, que encuentra su propósito en los derechos humanos y se guía a partir de ellos. Por último, el rasgo que más contraste genera es que establece que el periodismo convencional privilegia a fuentes oficiales mientras que el social a las fuentes ciudadanas, demostrando su interés humanístico.

Ahora bien, Barranquero (2018) se refiere a la concepción del periodismo social como cultura periodística de la siguiente manera:

A grandes rasgos, las discusiones sobre el periodismo han girado habitualmente en torno a dos concepciones o culturas dominantes, entre las que se sitúan posiciones intermedias: una que entiende que el periodismo es, en esencia, un ejercicio “objetivista” y apegado a los hechos sociales y otra que plantea que la profesión debe adoptar una posición crítica y comprometerse con la solución de los retos de la ciudadanía. Quienes defienden la primera posición, entienden el periodismo como una “ventana abierta a la realidad”, por lo que suelen priorizar la descripción aséptica y descomprometida de los hechos. Los segundos, en cambio, son periodistas que asumen su rol subjetivo como constructores de la realidad y, en ese camino, intentan dar prioridad a los intereses ciudadanos y a la propia vigilancia de los poderes, en ocasiones desde posiciones más interpretativas. (p.667)

Dicho esto, el autor demuestra una manera en la que se puede comprender la presencia del periodismo social en todas las temáticas noticias de los medios de comunicación. Con ello destaca las maneras en las que se puede ver la presencia por parte del periodista. En donde amplía que se puede visualizar los hechos desde un punto de vista centrado y sin ningún tipo de sesgo y otro que asumen la subjetividad que poseen a dan prioridad al carácter humanísticos de los hechos pues sabe que la realidad responde a eso y sabe el poder que le confiere divulgar una información.

Por esta razón es que Llobet (2006) propone lo siguiente:

Desde la perspectiva social se propone, desde la tradición periodística un mayor compromiso con los temas sociales y su difusión apelando a fuentes no habituales para dar espacio a voces que de otra manera no serían escuchadas. A partir de este tipo de mensajes se pretende contribuir para encontrar soluciones a problemas comunitarios de diferentes sectores. Otro aspecto que tiene en cuenta, como ya se dijo, son algunos de los factores de valor noticioso que darán jerarquía noticiosa a este tipo de información.

En fin, de esta forma se establece la manera en la que se pueden tratar estos temas en los medios de comunicación. Se trata de darle relevancia a los hechos que tengan valor noticioso. Sin embargo, todo esto desde una visión social del periodismo. Dirigiéndose con los valores que deben velar por el cumplimiento de los derechos humanos. Además, con el fiel propósito de encontrar soluciones a problemáticas sociales que hagan escuchar las voces de las fuentes que no acostumbran a tener un espacio para elevar su pesar.

Cantón El Guarco

El siguiente aspecto trata de responder con una definición tangible lo explicado anteriormente donde se refiere a términos como: proximidad, comunidad y medios alternativos de comunicación. Por ello, ahora se explicará uno de los principales aspectos que

responden a los intereses de esta investigación, el cantón de El Guarco. Es el lugar en donde convergen todos los insumos teóricos de forma práctica e inherente a la realidad de ese lugar específico.

Antes de continuar es importante explicar lo que concibe como un cantón. Según la Real Academia Española (2022) es una unidad territorial de carácter administrativo que se constituye desde el ámbito municipal y tiene aspiraciones de autosuficiencia por medio de la soberanía. Es decir, que es una unidad política territorial con aspiraciones auto gubernamentales.

Según la Municipalidad de El Guarco (s.f.) fue el 26 de julio de 1939 cuando se creó el cantón de El Guarco amparado en la ley número 195. De esta manera, esta localidad se convirtió en el cantón número 8 de la provincia de Cartago. A su vez, en este mismo estatuto se estableció a El Tejar como la cabecera. Cabe destacar que, El Guarco procede del cantón de Cartago, el cual se fundó en 1848 bajo la ley número 36.

Además, de contar con su distrito de cabecera, El Guarco tiene otros tres distritos que la Municipalidad de El Guarco (s.f.) describe así:

- Tejar con un área de 6,06 Km². y una altitud de 1.377 m/sm.
- San Isidro con un área de 129,68 Km² y una altitud de 1.388 m/sm.
- Tobosi con un área 21,12 Km² y una altitud de 1.380 m/sm.
- Patio de Agua con un área de 10,83 Km² y una altitud de 1.960 m/sm (párr.4).

Cabe destacar que el distrito de San Isidro es el más grande de la región con más 100 kilómetros cuadrados. Este, a su vez contrasta con Patio de Agua, una localidad que es la más reducida de los cuatro distritos. Asimismo, la Municipalidad de El Guarco (s.f.) define que, desde su anchura abarca desde el norte de la Villa Tobosi hasta el sureste de Ojo de Agua sobre la carretera Nacional No.2 que une a El Tejar y San Isidro de El General.

Figura 1.



Fuente: Municipalidad de El Guarco (s.f.).

Según la figura anterior, se puede conferir las limitantes geográficas que presenta el cantón de El Guarco. Esto lo amplía mejor la Municipalidad de El Guarco (s.f.) cuando establece que: “al Noroeste, Norte, Noreste, Este y Sureste con el cantón de Cartago, al sur y suroeste con el Cantón de Dota y al Oeste con el Cantón de Desamparados” (párr. 6). De esta forma este cantón se convierte en un punto de conexión con lugares importantes como el centro de la provincia y colinda con espacios propios de otras provincias, como Desamparados.

Ahora bien, en cuanto a su población es importante establecer varios aspectos a nivel educativo y tecnológico que se relacionan con este estudio. Con esto, el Instituto Nacional de Estadística y Censo (2020) se refiere a aspectos destacables para El Guarco en el ámbito educativo, pues señala que: “el porcentaje de alfabetismo es mayor a 95%, es decir, prácticamente todas las personas de 10 años o más saben leer y escribir” (p.20). Esta cifra se distribuye en todo el cantón y en todos los distritos.

Al mismo tiempo, esto refleja un contraste con la cantidad de personas que llegan a cursar estudios universitarios o para universitarios. Esto lo explica el (INEC, 2020) cuando dice que: “En el cantón de El Guarco más de la cuarta parte de la población de 18 años y más cuenta con estudios superiores (al menos un año aprobado de nivel para universitario o universitario) (p.20). Esto representa, sin embargo, un aumento con respecto al último censo realizado en el año 2011.

Por otro lado, el (INEC, 2020) se refiere al uso de la tecnología en el cantón de la siguiente manera:

Otro cambio importante que reflejó el Censo Piloto en El Guarco es la penetración de la tecnología en los últimos diez años, donde es sustancial la cantidad de personas que han utilizado celular, computadora o internet, si se compara con los datos del 2011. A nivel cantonal, el uso del internet fue el que tuvo el mayor aumento, pues pasó de 46,9% de personas de 5 años y más que usaron internet en los últimos 3 meses a 86,0% en 2020. Así también, el uso del celular se incrementó y pasó de 73,4% en 2011 a 93,8% en 2020, es decir, en la actualidad el uso del teléfono celular es prácticamente generalizado en la población del cantón. (p.22)

En esos datos se puede entender como el aumento en el uso de la tecnología es una característica importante dentro de El Guarco. Con ello, se refleja un aumento considerable en el uso del internet que casi duplicó su porcentaje de uso en la población de un censo, con respecto a otro. Mientras que, el dato sobre el uso del celular es el que más sobresale, esto porque sobrepasa el 90% de uso entre los ciudadanos de este cantón.

Periódico El Guarqueño

Continuando con esta línea investigativa se llega el momento de describir al medio en cuestión de este estudio. Con ello se explicará su propósito y sus principales características. Con la idea de generar una noción clara de lo que es y hace. Y de esta manera dar una mejor comprensión a los intereses a los que responde este trabajo.

Para empezar, según Punto y Aparte (s.f.) el Periódico El Guarqueño es un medio de comunicación de la provincia de Cartago y cuenta con un perfil en la red social de Facebook. Junto con ellos se encuentran otros once medios de comunicación más que se reúnen en la plataforma junto con el que es sujeto de estudio.

De manera más precisa, la Geo medios (s.f.) lo describe como un medio de comunicación que se brinda a través de una plataforma impresa. Explica, además que es un medio que está ubicado en el cantón de El Guarco, específicamente, en el distrito de San Isidro. Por otro lado, señala que no tiene una frecuencia de publicación y que cuenta plataformas sociales. También destaca la utilización de contenidos propios dentro su contenido.

Según lo amplía el propio Periódico El Guarqueño (s.f.) en la sección de información de su red social Facebook su concepción tiene origen en:

El ser humano por su naturaleza tiene la necesidad de mantenerse comunicado con sus semejantes y con los medios que reflejan el acontecer nacional y local. Precisamente por esa demanda de contar con un medio regional que nos permita compartir experiencias, entre las comunidades de nuestro cantón, iniciativas de las organizaciones, problemas de índole social y comunal, así como diversos temas en el campo de la salud, cultura, recreación... es que inicia este proyecto: "El Guarqueño" (párr.2).

De esta manera, este medio de comunicación viene a conferirse el papel de medio regional, además de todas las atribuciones que en teoría debería de poseer. Con ello, se encuentra delimitado en su sector específico, que es, el cantón de El Guarco. Y se distribuye de forma impreso con contenidos originales que logran difundirse alrededor de la zona.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico tiene como propósito definir el enfoque, el método, las fuentes y los demás aspectos que funcionarán para reunir todos los datos que servirán de apoyo para la investigación. Todo esto para dar fundamento a todo el proceso investigativo en cuestión.

La definición de marco metodológico se comprende según Ángel Azuero (2018) como la exposición de todo tipo de datos necesarios para responder a los objetivos, a su vez, trata también de la descripción clara de cada uno de los aspectos que se emplearán para conseguir la información necesaria, tales como los diversos métodos y técnicas (p.110).

De esta forma, en este capítulo se define la estructura, así como, como los instrumentos y las muestras que nutrirán de insumos investigativos y teóricos la presente investigación. Con el fin de cumplir con el objetivo de indagar en la percepción de la población guarqueña el impacto que tiene el periódico EL Guarqueño.

Dentro de los aspectos que identifican esta investigación se encuentran su diseño y su enfoque. Siendo el primero, un diseño fenomenológico pues pretende indagar en los sentimientos, emociones y opiniones de las personas que consumen el medio de comunicación local en cuestión. El segundo, por su parte, se refiere a un enfoque cualitativo porque espera observar y analizar las necesidades y la experiencia de los ciudadanos guarqueños en función del periódico.

Esta investigación no tiene como objetivo crear datos, estadísticas o algún tipo de factor cuantitativo. Es más, sus objetivos comprenden una profundización en las necesidades informativas de los habitantes del cantón de El Guarco, por lo que se ahondará en estos aspectos más allegados a una dimensión más analítica cualitativamente del sentir de los consumidores del medio de comunicación local en cuestión.

Con respecto a las fuentes de información, que permiten recabar la información específica y que enriquecen de forma directa a la investigación, puesto que, aportan mayor

veracidad y credibilidad. Es así como, en este estudio se utilizarán fuentes de índole primaria y secundaria para abordar la temática del tema.

Es de destacar que las fuentes primarias se consultarán y se entrevistará al propio dueño del medio de comunicación en cuestión, así como, otros periodistas que se encuentren involucrados en medios de comunicación locales o regionales para obtener información partiendo de la experiencia que los mismos adquirieron en el tiempo. Con el propósito de dar un mayor aporte a las intervenciones del director del periódico El Guarqueño.

Ampliando en este aspecto, las fuentes secundarias a las que se acudirán serán documentos históricos sobre documentos históricos donde se identifiquen periódicos cartagineses antiguos. Con el propósito de ahondar en la historia estos para discernir cuáles fueron y cómo se llamaban.

Dicho esto, se explicará las diferentes técnicas y procesos que se utilizarán para investigar sobre la percepción del medio de comunicación El Guarqueño, es decir, a continuación, quedará establecido como se obtendrá la información de la investigación.

Enfoque de la Investigación

Una investigación puede desarrollarse a través de diversos enfoques. Los cuales pueden ser cualitativos, cuantitativos y mixtos. En donde se analizan los hechos para posteriormente desarrollar la teoría, donde se empieza desde un punto de vista teórico o la función de ambos, respectivamente.

Los enfoques de una investigación los explican los autores Carlos Fernández, Roberto Hernández y Pilar Baptista (2014), desde hace mucho tiempo y tras varias premisas que sustentan el enfoque cualitativo y el enfoque cuantitativo son las principales corrientes en lo que respecta a la búsqueda del conocimiento. Es decir, que a través del tiempo se han definido en estas dos aproximaciones investigativas (p.4).

Dicho lo anterior, se puede comprender cómo dependerá de las intenciones investigativas que tipo de enfoque se brindará al tema en cuestión. Esto dependerá de múltiples factores, desde los intereses del propio investigador hasta las mismas necesidades

que muestre el problema a resolver. En algunos casos será necesario hacer uso de las dos, por lo que, la investigación será denominada como mixta.

Según Hernández et al., (2014), en cuanto a lo que diferencia el enfoque cualitativo del enfoque cuantitativo. Destaca que, el enfoque cualitativo busca el desarrollo y el esparcimiento de la información, se fundamenta principalmente en sí mismo, parte de una realidad por construir, descubrir e interpretar y plantea la existencia de diversas realidades subjetivas. Mientras que el enfoque cuantitativo parte de una realidad que conocer, en investigaciones previas, en el positivismo, desde la objetividad de una única realidad externa al investigador.

En cuanto al enfoque escogido para el desarrollo de la investigación, el mismo será el enfoque cualitativo. A partir del cual se enrumbará todo este proceso investigativo con el propósito de dar respuesta al tema en cuestión sobre la percepción de los habitantes del cantón de El Guarco de Cartago sobre el periódico El Guarqueño, así como, explicar sus principales necesidades informativas y los demás objetivos ya establecidos.

Ahondando más en el rol del investigador en el enfoque cualitativo Hernández et al. (2014) citando a Grinnell y Unrau (2007) explica que:

En la indagación cualitativa, los investigadores deben establecer formas inclusivas para descubrir las visiones múltiples de los participantes y adoptar papeles más personales e interactivos con ellos. El investigador debe ser sensible, genuino y abierto, y nunca olvidar por qué está en el contexto. Lo más difícil es crear lazos de amistad con los participantes y mantener al mismo tiempo una perspectiva interna y otra externa. En cada estudio debe considerar qué papel adopta, en qué condiciones lo hace e ir acoplándose a las circunstancias. Desde luego, toma una postura reflexiva y procura minimizar la influencia que sobre los participantes y el ambiente pudieran ejercer sus creencias, fundamentos o experiencias de vida asociadas con el problema de estudio. (p.398)

Explica entonces el autor que para un correcto desarrollo de este enfoque se debe conectar con las personas involucradas. Por ejemplo, debe ser capaz de mantener un visión interno a la vez que mantiene la concepción externa y realista de lo que sucede. Y así lograr un balance objetivo en el proceso investigativo. Se destaca, así la genuinidad, la sensibilidad

y la apertura del investigador para con las personas que servirán como fuentes de información.

A propósito, Hernández *et al.*, (2014) dice que: “El enfoque cualitativo puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo “visible”, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos” (p.9). Ampliando de una mejor forma lo que viene a concebirse como el enfoque de esta investigación.

Lo anterior debido a que a través de procesos interpretativos apegados a la objetividad y las buenas prácticas investigativas se procederá a indagar en la percepción que tiene una población sobre el único periódico del cantón de El Guarco. Este enfoque permitirá profundizar en aspectos que enriquecerán a través del conocimiento experimental de los lectores obtener nociones concretas sobre el medio en cuestión.

Es decir, como lo explican Hernández *et al.*, (2014) cuando afirman que:

En la aproximación cualitativa hay una variedad de concepciones o marcos de interpretación, que guardan un común denominador: todo individuo, grupo o sistema social tiene una manera única de ver el mundo y entender situaciones y eventos, la cual se construye por el inconsciente, lo transmitido por otros y por la experiencia, y mediante la investigación, debemos tratar de comprenderla en su contexto (p.9).

En fin, por estas razones es que el enfoque cualitativo se presta para un mayor aprovechamiento del problema planteado en esta investigación. Debido que, abre un espacio para las diversas visiones de las personas sobre un objeto de estudio tangible y concreto. De esto, la riqueza de este estudio que permitirá plasmar la convergencia que diversas ondas de pensamiento en un mismo periódico que tiene influencia en los mismos ciudadanos locales de los cuales se espera obtener su percepción.

Diseño

Los tipos de diseño de una investigación los define Hernández *et al.*, (2014), en el enfoque cualitativo como: teoría fundamentada, diseños etnográficos, diseños narrativos,

diseños fenomenológicos, diseños de investigación-acción y estudios de casos cualitativos (p.470). Con esto, se comprende que cada uno de los diseños aportan un factor diferenciador a la investigación según las necesidades que presenten cada una de ellas.

Asimismo, Hernández *et al.*, (2014), se refiere a la base de donde se debe plantear el diseño de una investigación:

Una vez que se precisó el planteamiento del problema, se definió el alcance inicial de la investigación y se formularon las hipótesis (o no se establecieron debido a la naturaleza del estudio), el investigador debe visualizar la manera práctica y concreta de contestar las preguntas de investigación, además de cumplir con los objetivos fijados (p.128).

Es así como, el autor explica que el diseño de la investigación debe de plantearse una vez que se tenga claro el planteamiento del problema de la investigación. Seguido de eso, también es importante tener una consolidada visión de las bases investigativas que toman en cuenta las hipótesis y los objetivos que trazaran el camino a seguir mientras que el diseño dictará la forma de seguir por ese camino.

A continuación, Hernández *et al.*, (2014), se refiere a la información que proporciona cada uno de los tipos de abordaje investigativos:

Tabla 3.

Preguntas de investigación cualitativas, diseños cualitativos e información que se obtiene al implementarlos

Pregunta de investigación	Diseño, marco o abordaje	Información que proporciona
Preguntas sobre procesos y relaciones entre conceptos que conforman un fenómeno.	Teoría fundamentada	Categorías del proceso o fenómeno y sus vínculos. Teoría que explica el proceso o fenómeno (problema de investigación).
Preguntas sobre las características, estructura y	Etnográfico	Descripción y explicación de los elementos y

<p>funcionamiento de un sistema social (grupo, organización, comunidad, subcultura, cultura), desde una familia, hermandad o hinchada hasta una megaciudad.</p>		<p>categorías que integran al sistema social: historia y evolución, estructura (social, política, económica, etc.), interacciones, lenguaje, reglas y normas, patrones de conducta, mitos y ritos.</p>
<p>Preguntas orientadas a comprender una sucesión de eventos, a través de las historias o narrativas de quienes la vivieron (experiencias de vida bajo una secuencia cronológica). Eventos como una catástrofe, una elección, la biografía de un individuo, etcétera.</p>	<p>Narrativo</p>	<p>Historias sobre procesos, hechos, eventos y experiencias, siguiendo una línea de tiempo, ensambladas en una narrativa general. Categorías relacionadas con tales historias y narrativa.</p>
<p>Preguntas sobre la esencia de las experiencias: lo que varias personas experimentan en común respecto a un fenómeno o proceso.</p>	<p>Fenomenológico</p>	<p>Experiencias comunes y distintas. Categorías que se presentan frecuentemente en las experiencias.</p>
<p>Preguntas sobre problemáticas o situaciones de un grupo o comunidad (incluyendo cambios).</p>	<p>Investigación-acción</p>	<p>Diagnóstico de problemáticas sociales, políticas, laborales, económicas, etc., de naturaleza colectiva. Categorías sobre las causas</p>

		y consecuencias de las problemáticas y sus soluciones.
--	--	--

Fuente: Hernández *et al.*, (2014).

Según lo expuesto en la tabla anterior, queda más claro, conciso y resumido el propósito de cada uno de los diseños de investigación. Desde, explicar hechos acontecidos en algún tiempo y espacio de manera cronológica hasta la descripción de aspectos que integran algún fenómeno social. Todos contribuyen de alguna manera diferenciada al proceso investigativo.

Así mismo cabe destacar que, dentro de este enfoque cualitativo no hay cabida para las réplicas de investigaciones, cada una por más similar que sea su enfoque va a ser distinta una de la otra. Esto lo reafirma Hernández *et al.*, (2014), cuando dice “(son, como hemos dicho, “piezas artesanales del conocimiento, hechas a mano”, a la medida de las circunstancias). Es decir, una investigación de una circunstancia en un momento y espacio en específico tratado por un investigador, que funge como recolector de la información.

El diseño que se utilizará para esta investigación será el fenomenológico, debido a que, se busca comprender la experiencia percibida por los habitantes del cantón de El Guarco de Cartago sobre el periódico El Guarqueño. Este tipo de diseño cumple a cabalidad y es el que más se acerca con los objetivos de la tesis en cuestión. Y de esta forma se puede cumplir con una de las ideas de Hernández *et al.*, (2014) cuando alega que: “Si el diseño está concebido cuidadosamente, el producto final de un estudio (sus resultados) tendrá mayores posibilidades de generar conocimiento.

En la explicación sobre el propósito del diseño fenomenológico, Hernández *et al.*, (2014), explica que, “su propósito principal es explorar, describir y comprender las experiencias de las personas con respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias” (p.493). Es decir, que se trata de la comprensión de las experiencias compartidas de los individuos ante un determinado evento o fenómeno.

Fuentes de información

Las fuentes de información son el insumo primordial para las investigaciones pues dotan de información veraz y documentada referente al tema que se estudie. Así Hernández *et al.*, (2014) describe que: “implica detectar, consultar y obtener la bibliografía (referencias) y otros materiales que sean útiles para los propósitos del estudio, de donde se tiene que extraer y recopilar la información relevante y necesaria para enmarcar nuestro problema de investigación” (p.61). Explicando la importancia que tienen los correctos materiales para el desarrollo de la investigación.

Respondiendo a lo mencionado anteriormente, para la recolección de los datos que fortalezcan la investigación, se entrevistará al medio de comunicación en cuestión, específicamente, a su fundador, con el propósito de entender mejor el propósito del medio como tal, así como, sus ideales y su realidad en la actualidad del período de estudio.

Además, también se tomará como fuente de información datos históricos sobre el periodismo en la provincia de Cartago. Lo anterior con el fin de contextualizar la historia del periodismo y local de esta provincia y entender mejor la dinámica histórica de los medios de comunicación. Esto puede ser lo que (Hernández *et al.*, 2014) concibe como fuentes primarias. Es decir, todas aquellas que, por ejemplo, son libros, tesis, reportes, conferencias, seminarios, entre otros que brindan información en primera instancia como fuente documental que resguarda la información.

Por otra parte, se tomará como fuente de información a la población guarqueña, esto para obtener la información pertinente y profundizar en los objetivos competentes a esta población. Es decir, recabar la información oportuna para satisfacer las necesidades investigativas del estudio en cuanto a la percepción de esta comunidad y el periódico El Guarqueño.

Muestra de la Investigación

Según Hernández *et al.*, (2014) la muestra se define como: el “subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de ésta” (p.173). Explicando que esta debe ser representativa para la población y que ahí se obtiene

información valiosa para la investigación. Destaca la importancia de una muestra que responda a una serie de aspectos que representen cuantitativamente el objeto de estudio a través de la data que se recolecte.

Sin embargo, este paradigma con el que se suele concebir al concepto de muestra dista del que se utilizará para esta investigación, que, según Hernández *et al.*, (2014) es:

En los estudios cualitativos el tamaño de muestra no es importante desde una perspectiva probabilística, pues el interés del investigador no es generalizar los resultados de su estudio a una población más amplia. Asimismo, se consideran los factores que intervienen para “determinar” o sugerir el número de casos que compondrán la muestra. También se insiste en que conforme avanza el estudio se pueden agregar otros tipos de unidades o reemplazar las unidades iniciales, puesto que el proceso cualitativo es más abierto y está sujeto al desarrollo del estudio.

(p.381)

En contraste con la concepción de la muestra explicada al inicio la que se utilizará en esta investigación Hernández *et al.*, (2014) aboga más por “el proceso cualitativo, grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo del universo o población que se estudia (p.384). Explicando de esta manera la importancia de la profundidad y de la apertura con las personas involucradas en la investigación.

La muestra que permitirá proceder con el proceso investigativo serán los habitantes que sean lectores del medio de comunicación de prensa-escrita El Guarqueño, ya que son los principales involucrados en relación al objetivo de la presente tesis. Todos estos individuos aportaran información valiosa para responder al planteamiento del problema.

Criterios de inclusión y exclusión

Los criterios que se utilizarán para delimitar la muestra entre quienes serán tomados en cuenta y quienes no para efectos de la investigación se define por aspectos geográficos y

demográficos contemplando el interés por obtener la información de una población en específico, en este caso, la del cantón de El Guarco.

Criterios de inclusión:

- Se incluirán personas mayores de 18 años, de edad.
- Se incluyen personas pertenecientes a el cantón de El Guarco de Cartago.
- Se incluye información histórica sobre la historia del periodismo en la provincia de Cartago.
- Se incluyen personas colaboradoras del medio de comunicación El Guarqueño.

Criterios de exclusión:

- Se excluyen personas menores de edad.
- Se excluyen personas que no vivan en el cantón de El Guarco de Cartago.

Unidad de Análisis

Tabla 1.

Matriz de unidad de análisis

Objetivo	Categoría	Subcategoría	Definición Conceptual	Instrumento	Ítem
Exponer las necesidades informativas de los habitantes del cantón de El Guarco.	Exponer las necesidades informativas	-Cuáles son las necesidades informativas del cantón.	Según el Diccionario de la Real Academia Española (2020), exponer es “Manifestar o	Entrevista Semi estructurada y grupo focal.	

		-Qué aspectos hacen falta en la dinámica informativa	dar a conocer algo”.		
Mostrar la incidencia del periódico El Guarqueño en la opinión pública del cantón.	Mostrar la incidencia del medio de comunicación en la opinión pública.	-La incidencia del medio de comunicación -La opinión pública	Según el Diccionario de la Real Academia Española (2020), la incidencia se establece como: “Acontecimiento que sobreviene en el curso de un asunto o negocio y tiene con él alguna conexión”.	Grupo focal.	
Indagar en la historia de los medios de comunicación de la provincia de Cartago para entender el contexto en el que surgen los medios cantonales del lugar.	Historia de los medios de comunicación de Cartago	-Documentos históricos -Fuentes de información humanas	Según el Diccionario de la Real Academia Española (2020), Indagar se refiere a: “Intentar averiguar algo discurrendo o con preguntas”.	Análisis de contenido y entrevista semiestructurada	

Instrumentos

Para proceder con la recolección de datos se deben aplicar diversos instrumentos que permitan la recaudación de toda la información de una manera adecuada para llevar a cabo una correcta investigación. Al respecto Hernández *et al.*, (2014) lo explica como el recurso que permite investigar para registrar información sobre diversos aspectos que quieran indagar. A la misma vez, les confiere a los instrumentos de medición un: “adecuado es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables que el investigador tiene en mente” (p.199). Es destacable la importancia de la observancia al momento de aplicarlos.

Entrevista semiestructurada

Las entrevistas pueden clasificarse de diversas maneras, sin embargo, la que conlleva interés en esta investigación es la semiestructurada. Según, Hernández *et.al* (2014) la define así: “Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener más información” (p.403). De esta manera, el entrevistador tiene la libertad de poder repreguntar o incluso sugerir preguntas nuevas que surjan en el proceso del intercambio de la información.

La realización de la entrevista semiestructurada busca recolectar la información esperada para el presente estudio. Por medio de una guía establecida que puede estar sujeta a cambios, debido al interés que genere el encuentro y las ideas que devengan en el proceso de intercambio de información. Es decir, que las diversas entrevistas que están planificadas para conocer opiniones sobre el periódico El Guarqueño se ven beneficiadas, en el sentido que las personas podrán tener la libertad de expresarse con más soltura.

Grupos de enfoque

Por último, otra de las herramientas para recabar información que se utilizarán son los grupos de enfoque. Estos los define Hernández *et al.*, (2014) como un método de recolección de datos que se considera como una entrevista grupal de alrededor de diez

personas donde discute un tema a profundidad. Esto se gesta en un ambiente propicio para maximizar la experiencia de reflexión relajada e informal, pero con un moderador o facilitador que se encuentre empapado del tema que se desarrolla.

Por su parte Morgan (2008) y Barbour (2007) citados por (Hernández *et al.*, 2014) explican que: “más allá de hacer la misma pregunta a varios participantes, su objetivo es generar y analizar la interacción ente ellos y cómo se construyen grupalmente significados” (p.409). Con esto, se apunta a una dinámica más integral de la actividad donde el investigador se vea inmerso en factores que van más allá que solo las respuestas. En fin, es analizar la comunión de todas las ideas como tal, además de los aportes individuales que cada persona brinde en su participación.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo se analizará la información recopilada que ayude a sustentar cada una de las unidades de análisis. Es importante destacar que, dichos datos, permitirán reflejar la percepción que tienen las personas habitantes del cantón de El Guarco sobre el periódico El Guarqueño.

El análisis de los hallazgos encontrados se expondrá bajo el contexto del enfoque de la investigación, el cuál es cualitativo. De esta forma, se esperan obtener perspectivas y opiniones de las diversas fuentes consultadas, por ejemplo, el dueño del periódico en cuestión, personas lectoras del medio y propietarios o directores de otros medios regionales con el fin de conseguir un contraste de pensamientos.

Unidad de Análisis I: Principales Necesidades Informativas de los Habitantes del Cantón de El Guarco.

El periódico El Guarqueño es el único medio de comunicación impreso en el cantón de El Guarco y se define bajo una línea regional que busca visibilizar lo que hacen las organizaciones y comunidades. Así lo expresa Miguel Acuña, periodista propietario del periódico El Guarqueño, en una entrevista realizada el 24 de febrero del 2022:

Que era el único medio impreso en el cantón. que no tenía ningún costo y que era de fácil acceso para las personas y que era información positiva que le brindaba la oportunidad a las comunidades de visibilizar el trabajo que se estaba realizando y que las organizaciones podrían tener un espacio sin tener que pagar.

De esta forma, define una de sus principales fortalezas a lo largo de los años y desde su creación cuando Miguel Acuña, periodista entrevistado el 24 de febrero del 2022 describe que una de sus fortalezas más importantes: “era precisamente que quien lo desarrollaba era una persona profesional, no era digamos que un aficionado que quiera hacer contenido ahí por nada más”. Con esto, el propietario del periódico en estudio establece el camino que seguiría durante los años posteriores cuando los ejemplares circularon de forma gratuita y periódica por las comunidades guarqueñas.

En cuanto al principal objetivo de el periódico El Guarqueño, Miguel Acuña, propietario del medio en una entrevista realizada el 24 de febrero del 2022 expresó que:

Siempre me ha llamado la atención la parte como de periodismo cultural y de hecho que prácticamente a lo largo de los años me he desarrollado mucho como en ese campo. Precisamente por la relación también que he tenido desde pequeño con el arte y lo que quería era precisamente enfocar el medio desde ese lado, como para compartir precisamente el trabajo comunal que se hace en las diferentes localidades de El Guarco.

Sin embargo, a pesar de que sus objetivos van dirigidos hacia una cobertura del acontecer cantonal. En la presente investigación se encuentran varias insuficiencias informativas que surgen desde el sentir y pensar de los propios lectores. Estos últimos, señalan varios aspectos en donde ven un vacío en cuanto al nivel de información que reciben. Por esta razón, a continuación, se enmarcan las principales necesidades informativas de los guarqueños, específicamente de los lectores del periódico en cuestión.

Digitalización

La digitalización parece un aspecto imperativo en los emergentes medios de comunicación. Es decir, una plataforma que facilite la comunicación y que maximice la cercanía de la información con el público. Desde esta idea surge la preocupación de los lectores que participaron el grupo focal que se realizó el 25 de febrero del 2022. Quienes manifiestan que a pesar de ser un periódico impreso debería optar por una digitalización más acertada.

Para empezar, Jimena Ramírez, vecina de Barrio Nuevo de El Guarco, en una entrevista realizada manifiesta la importancia de la tecnología en el momento que decide informarse:

Sí, a mí me parece que sí es muy importante el poder que tiene ahora toda esta cuestión de la tecnología es lo que y pues mueve prácticamente las masas, pero sí siento que si usted quiere dar una buena comunicación, quiero realmente informar como mencionaba ahora una compañera, hay que invertir en eso, entonces creo que tiene que ser como un mensaje, claro, exacto una forma de comunicación, pues que se haya

llamativa para las personas, aunque al final necesitamos nosotros informarnos, pero uno siempre va a buscar aquí en medio que le dé información clara este que sea de una forma distinta creo que hay ahora hay muchas formas de comunicar muchos herramientas que existen entonces creo que debería como de incorporarse a esa parte, pero como lo mencionó de una forma clara, de una forma concisa y que capte realmente la atención de lector.

Por su parte, Irene Cordero, vecina del distrito de San Isidro de El Guarco, en una entrevista realizada expresa la importancia de la utilización de las redes sociales en la difusión de la información:

Sería importante que el medio también se difunda por medio de Instagram, por ejemplo, pero que aun así digamos tomando en cuenta también las características poblacionales del del cantón. Sí, siga existiendo un equilibrio, digamos en que es lo que se le distribuye digamos de forma física y también de parte de redes sociales, hay un grueso de la población inclusive que ya supera los 50 años, verdad que sí, consume mucho Facebook pero, por ejemplo, personas adultas mayores, no hay garantía de que de que sí acceden, verdad, los a los medios digitales, entonces sería importante como mantener ese balance entre lo digital y lo físico verdad para haya personas si tenga acceso a la a la información.

Mientras tanto, Roxana Barahona, vecina de San Isidro de El Guarco, en una entrevista realizada, brinda el ejemplo de una página informal en la red social de Facebook, donde quiere mostrar algo que el periódico El Guarqueño podría imitar en su cuenta:

La Voz de El Guarco, esa gente es como la cosa más informal del mundo, pero el 7 de febrero y yo la leí, el 7 de febrero, me acuerdo en el desayunador de mi casa y decía: “último corte, estos son los siete diputados electos de la provincia de Cartago”. Te da la lista y la foto, el partido, el nombre y la profesión del fulano o de la fulana que quedó electo, o sea, a mí me parece que eso es una noticia súper relevante, y por qué el periódico y aun siendo el oficial, no sacó este tipo de cosas, no informó sobre cuáles eran los candidatos.

Esto contribuye al sentido de desinformación que según las personas entrevistadas existe. Por ejemplo. Gisenia Mora, vecina de San Isidro de El Guarco, en una entrevista realizada explica cómo se siente medianamente informada:

Yo podría decir que como un intermedio porque bueno, la mayor parte lo que conozco y me informo, viene ya sea por grupos de la comunidad de San Isidro que es donde vivo actualmente o por mi trabajo. En el lugar donde yo trabajo es como muy central, en relación con el cantón de El Guarco, entonces llega gente todo lugar y muchas veces le cuentan uno, como las problemáticas que tiene el pueblo, que caminos o esto, verdad, situaciones. Entonces a pesar de que tal vez no es por un medio propio siempre logró informarme de los tal vez casos más importantes, más relevantes, de mayor gravedad que suceden, permitiéndole tener un conocimiento un poco mayor de la situación.

Además, Jimena Ramírez, vecina de Barrio Nuevo de El Guarco, en una entrevista explica que:

Creo que parcialmente informada podría ser la palabra en este caso porque no hay como un medio de comunicación que sea explícito en el tema que nos explique qué sucede que va a suceder, cuál es la posición actual. Entonces creo que sí falta y en cuanto la comunicación. Es como te mencionaba parcialmente comunicada porque si siento que me falta información respecto a muchos acontecimientos que se dan.

En suma, Irene Cordero, vecina de San Isidro, en una entrevista piensa que: “estoy parcialmente informada, verdad de lo poco que a veces me da chance de ver en redes sociales”. Es decir, que se entrelaza la parte desinformativa con el uso de las redes sociales. Siendo este último el medio por el cual se opta para informarse de primera mano.

Esta idea la retoma Ivette Rojas, vecina de Higuito de El Guarco, en una entrevista cuando dice que: “Bueno, además de mi poco tiempo era para mirar a veces redes sociales, pero sí, diría que no, no estoy lo suficientemente informada, la verdad que no”. Asimismo, Roxana Barahona, vecina de San Isidro, en una entrevista menciona que: “me siento, muy desinformada, creo que igual que la profe, ese término es el correcto, escasamente informada sobre lo que pasa aquí”.

Miguel Acuña, propietario del periódico El Guarqueño, en una entrevista realizada el 24 de febrero del 2022 explica las razones por las que no decidió migrar a la digitalización:

Yo sentía como que en realidad ellos querían ver el periódico impreso y como que de cierta manera me quedé ahí, o sea, y me limité, además a la página de Facebook no ir más allá, entonces como que mantenía ciertas publicaciones, además de lo que salía circulado al mes. Lo único que hacía era la edición impresa y la subían digital, pero nada más. Sí hacía ciertos posts y cubría ciertas actividades, pero las cubría, además, por tratar de tener más seguidores, que me costó mucho, digamos sí, aumentando ahí poco a poco la cantidad de seguidores, pero me agarraba, que sé yo de una carrera, de la Inmaculada, digamos que era la carrera más conocida de acá, para ir a tomar fotos a los corredores y publicarlas. Entonces como que ese tipo de actividades, Festival de la Luz, hacía como que me llegaran 200 o 500 seguidores a la página.

Por su parte, Betania Artavia, dueña del periódico Heredia Hoy, en una entrevista realizada el 4 de marzo del 2022, explicó como su medio de comunicación, el cual tiene una similitud en la cantidad de años de fundado con respecto a El Guarqueño, tomó en cuenta desde sus inicios la intermediación en la digitalización de su contenido:

Nacimos va a hacer siete años, nace como un esfuerzo en informativo impreso para la provincia de Heredia, aunque desde el momento en que nacimos, sabíamos que había que abarcar de una vez redes sociales y la parte digital porque un medio con sólo información una vez al mes no iba a cumplir la misión que teníamos, que era servir a la comunidad, que la gente se apropió del medio lo sintiera suyo.

A propósito de lo dicho arriba, Miguel Acuña, dueño del periódico El Guarqueño, en una entrevista realizada el 24 de febrero, explicó que su medio de comunicación nunca estuvo pensado para personas jóvenes, estableciendo una relación el tipo de contenido:

Sí, de cierta manera sí sabía que no era medio para adolescentes, o sea, definitivamente. Iba más enfocado como a como a amas de casa y personas mayores, digamos, adultos y adultos mayores, precisamente por la dinámica y por la información que iba ahí. No era para nada atractivo, creo como para gente joven, en realidad no sé siempre como que iba hacia ese sentido o al menos siempre yo lo

planteé así creí como que el contenido era funcional como para ese tipo de la población.

Betania Artavia, dueña del periódico Heredia Hoy explica como implementa diversas herramientas digitales, como una página web y sus redes sociales, como una extensión del periódico impreso:

La página web, te comenté hace un rato que un compañero periodista que estaba haciendo la dirección era el que le estaba dando todo el contenido a la página, verdad, es una página donde sí existe la posibilidad por las características de una página web de tener artículos más con más desarrollo. A veces el periódico impreso requiere como resumir mucho y ser muy concreto en las notas y a veces por la competencia de espacio para para que pueda salir una cuestión más variada, hay que hacer notas cortas, pero en la página web, si se puede extender, este se puede poner a veces, un tema central y tal vez entrevistaron a tres personas. Entonces, cómo desarrollar lo que dijeron ambas, dos o tres personas sobre eso y que sigue un poco más extenso... Pero también en la página de Facebook nosotros tenemos un programa un Live que hacemos una vez por semana, esto lo hemos hecho como por temporadas, porque a veces tenemos diferentes circunstancias que nos hacen tener que haber cortado la periodicidad, pero la intención es este, pues pueden hacerlo todas las semanas es una revista en sobre algún tema de la comunidad.

De esta misma forma, Rodrigo Quirós, director del periódico El Monitor, en una entrevista realizada el 3 de marzo de 2022, coincide con la colega de arriba en cuanto a la digitalización del medio de comunicación y a que no alcanzan las hojas para toda información mensual:

Además, tiene 12 páginas entonces es un periódico pequeño, entonces la información tiene que ser muy bien seleccionada y tiene que ser inactual, entonces en la página web si ponemos algunos artículos más grandes, se desarrollan temas más extensos y en la página de Facebook y algunas cosas que sí son completamente actuales. Entonces tratamos de hacer eso como te digo con mucha responsabilidad y con mucho respeto hacia la gente de la comunidad y tratando de generar, nosotros llamamos así, generar comunidad o hacer comunidad.

En fin, se evidencia una de las necesidades que más convergen con el mundo actual. Una necesidad digital que promueva una cercanía con mucho más esfuerzo y que busque maneras creativas de capturar la atención de los lectores. Al fin, las redes sociales brindan ese espacio de cercanía, conexión y comunidad, tres factores que se obtienen de una correcta gestión periodística y las decisiones sobre los canales por los cuales se transmitirá la información, así como, la diversificación de ellos.

Afinidad con la municipalidad

Ahora bien, otras de las necesidades que se descubrió en el proceso de investigación es la relación que se interpreta entre El Guarqueño y el municipio del cantón de El Guarco. A propósito de esto, en el grupo focal que se realizó el 25 de febrero del 2022 se llegó a un consenso de opiniones respecto a este tema que se expondrá a continuación.

Para empezar, Betzabé Piedra, vecina de la comunidad de Hacienda Vieja en El Guarco, en una entrevista menciono que:

Entiendo que la persona que maneja este periódico es funcionario municipal, entonces, si se presenta alguna denuncia, qué sé yo, de infraestructura vial porque pasa lo siguiente y los vecinos están muy molestos y desean plasmarlo para que sea escuchado y que así tengan una respuesta a la municipalidad, pues la persona no va a poder ponerlo en el periódico, porque ahí hay un sentido de intereses.

Roxana Barahona, vecina de San Isidro, en una entrevista realizada expresa las consecuencias que percibe desde la poca increpación que tiene el medio de comunicación con la municipalidad:

Sí, estoy de acuerdo con ellas, la palabra que usas, increpar, definitivamente no, no la aplican. Porque sí es más de ver logros y de ver el acontecer de la agenda municipal, este, ya elegimos el regidor tal y tal vez, se hizo tal cosa buena, este, tal proyecto, que sé yo, cosas así, pero, así como increpar, pues no, igual no sé, usted sabe que yo no sé hasta qué punto, o sea, si es malo porque uno no tiene como contrarrestar, eso

digamos a nivel nacional usted tiene el noticiero del estado, el de Canal 13, tiene otros cuatro, no tres, que sí hacen esa función de increpar.

Al respecto, Gisenia Mora, vecina de San Isidro de El Guarco, en una entrevista realizada, se refiere a lo que, desde su percepción, ella concibe en cuanto a la relación del periódico con la autoridad municipal:

Entonces siento que es como un choque intereses ya que diay a nadie le sirve verdad e inclusive poner en mal a donde trabaja, entonces siento que es cierto manera se pierde como esa realidad ya que al menos punto de vista siento que quien debe manejar un periódico que se supone informa sobre una realidad que se vive constantemente debería ser gente totalmente externa a ese lugar no considero que sea como correcto.

Jimena Ramírez, vecina de Barrio Nuevo, en una entrevista realizada también se refiere a relación que debe existir entre la municipalidad y un medio cantonal:

Yo creo que debe tener una clara relación cierto, porque mucho lo que se informa en este tipo de periódicos cantonales, pues estamos relacionado con noticias de la municipalidad respecto a pago, servicios, interés, muchas cosas, ¿verdad? Pero sí siento que tiene que haber como una transparencia.

Es destacable que, la visión de esta ciudadana coincide en cierta medida con la de la propietaria del periódico provincial herediano, Betania Artavia, dueña del periódico Heredia Hoy, en una entrevista realizada el 4 de marzo del 2022 donde se refiere a la forma en la que se relaciona su medio con la municipalidad:

Siendo ético y responsable, o sea, ya esos son los principios que debe tener cada uno. Ok nosotros no vendemos notas, si la municipalidad nos va a pautar un anuncio, es pauta, es un espacio pagado, que viene al mercado. Nosotros hacemos entrevistas con el alcalde o con quien sea dependiendo de si nosotros la buscamos y la relación es como debe ser entre un medio y su fuente o una relación transparente una relación ética y respetuosa.

Por su lado, Irene Cordero, vecina de San Isidro de El Guarco, en una entrevista destaca que:

Habrá que ver también, cuál es el objetivo que persigue el periódico ahora porque puede dedicarse perfectamente a anunciar el quehacer municipal y cuál es el servicio se brindan, por ejemplo, ahora estaba viendo el tema del reciclaje verdad en la página de Facebook y tal y si eso es lo que se quiere hacer, pues se hace, también es válido, pero obviamente el problema radica, en la influencia, como lo decían los compañeras que va a generar, el tipo de noticias que se consume de este desde este periódico que justamente se llama El Guarqueño.

Lo anterior se diferencia de los comentarios ya mencionados refiriéndose a la posibilidad de que el periódico investigado pueda cubrir el quehacer municipal. Esto a pesar de no ser un medio que le pertenece al municipio. Al respecto Ivette Rojas, vecina de Higuito de El Guarco, en una entrevista se refiere a la afinidad que percibe entre estas dos entidades:

Eh, bueno, realmente se podría decir que hay una afinidad y una relación muy estrecha entre las personas que administran este periódico y la información que se brinda, casi siempre es como, todo es paz y amor con respecto a la información de la municipalidad, precisamente.

Betania Artavia, dueña del periódico Heredia Hoy, en una entrevista realizada el 4 de marzo del 2022 destaca la diferenciación entre una relación con el municipio y una injerencia por parte de estos:

Creo que de la misma manera que, por ejemplo, Casa Presidencial puede tener relación con los medios, o sea, es el gobierno local, hay una relación, no hay una injerencia, sino que ahí la relación entre medio y fuente. Por supuesto, estamos ante una situación de emergencia, la municipalidad necesita comunicar, que se está atendiendo las personas en el Palacio de los Deportes, que se va a trasladar la recolección de basura. Nosotros lo publicamos, eso no es una injerencia de la municipalidad es información.

Rodrigo Quirós, director del periódico el Monitor, en una entrevista realizada el 3 de marzo del 2022, se refiere al actuar del medio con respecto a la Municipalidad de Curridabat, ciudad en la cual se desenvuelve el medio de comunicación:

Ha habido casos en los que hay que decir que los vecinos se están quejando, tal vez que ese ejemplo que te estoy poniendo, no sé resolvió, pero sí llegó el momento de sacar la noticia y entonces se pone la versión de los vecinos la versión de la municipalidad es esta. Pero nosotros no hemos tenido la necesidad de tener un pleito con la municipalidad.

En cuanto a este aspecto Miguel Acuña, dueño de el periódico El Guarqueño, en una entrevista realizada el 24 de febrero del 2022 dice que: “eh sí, cuestioné digamos, diay esperaba como respuestas, pero tampoco era como que generaba ciertos ataques”. Asimismo, destaca lo siguiente:

Pero digamos que cumplía cierta parte y responsabilidad también de servicio, obviaba, posiblemente algunos temas por el motivo que fuera en su momento. Pero si se hicieron algunas publicaciones, que tal vez en algún momento y el alcalde, o sea, se molestaba hasta cierto punto, de que le cuestionara sobre algún tema, de que publicará tal cosa, verdad y me decían, pero, yo lo hacía, o sea, tenía que hacerlo. No era constante eso sí, digamos ese tipo de noticias, pero sí, varias oportunidades, si se hicieron se hicieron algunas publicaciones así.

Miguel Acuña, propietario del periódico El Guarqueño, en una entrevista realizada, además se refiere a como la pandemia le impidió seguir imprimiendo ejemplares y como sus proyectos personales han perjudicado a el medio de comunicación:

Ya eso es como fue como una decisión más personal digamos, de cuando me salió la oportunidad de trabajar en la municipalidad, pues tuve que valorarlo porque además tenía el trabajo en la agencia de comunicación que era un trabajo bastante estable y ya tenía bastante rato de estar, pero al final me eché al agua digamos porque en la municipalidad yo soy el gestor cultural, pero trabajo cosas de comunicación como recarga por el perfil que yo tengo. Fue una decisión más personal del hecho de que yo decía bueno, puedo tener como mayor crecimiento, puede visibilizar más mi trabajo mezclar las dos áreas que me gustan y que además he trabajado por los últimos años. Y en la agencia no, no querían que me fuera, o sea, era como que no, no sé qué, entonces yo les propuse trabajar medio tiempo. Eso ya en mayo va a ser 2 años y bueno, he tenido los dos trabajos, entonces el gran sacrificio ha sido el periódico

Finalmente, se evidencia una clara opinión de parte de los lectores del periódico El Guarqueño en cuanto a la relación de este, con la autoridad municipal. Se percibe una clara afinidad de medio en cuestión, que, apegado también a sus objetivos editoriales no muestra un interés en dar una mirada crítica al municipio. Sin embargo, según lo expuesto por el propietario si llegó a increpar, cuando fue necesario, a actores de la autoridad municipal.

Ampliación geográfica del contenido

El periódico El Guarqueño como se explicó anteriormente está enfocado en cubrir el acontecer del cantón de El Guarco. Esta delimitación geográfica viene a demarcar la zona de interés para el medio de comunicación. Sin embargo, este objetivo no se cumple a cabalidad según los lectores del periódico, en un grupo de focal realizado el 25 de febrero del 2022, quienes afirman que existe una cobertura centralizada y que no toma en cuenta realidades externas que pueden afectar al cantón y que por ende se convierte en información de interés para los guarqueños.

Al respecto, Betzabé Piedra, vecina de Hacienda Vieja, en una entrevista realizada, se refiere al olvido de uno de los distritos más alejados y de difícil acceso del cantón de El Guarco:

Se enfoca más como el distrito de El Tejar, pero cuántas personas no conocen el cuarto distrito que es el distrito de Patio de Agua, verdad, que es el distrito más abandonado de este cantón y es el que más se desconoce y es sumamente hermoso y precioso, cuántas notas maravillosas se podrían abarcar y también ayudar a nuestros vecinos para que puedan pues impulsar su productividad.

Gisenia Mora, vecina de San Isidro, en una entrevista realizada concuerda lo anteriormente mencionado al referirse que:

Respecto a lo que le falta, informar, siento que le falta dar a conocer mejor la realidad que se vive en el cantón. Conocer más los lugares, eh, dar noticias que informen realmente que sea necesarias y que se centren en buscar más, bueno en alguna forma

de que se dé a conocer más las cosas, no todo los centrarse lo mismo no solo centrarse a la publicidad.

Según lo anterior, se destaca la importancia de una cobertura más amplia de la información. Sobre todo, en lo que confiere a la realidad del cantón. Por otro lado, Irene Cordero, vecina de San Isidro, explica la descripción que tiene el periódico El Guarqueño en su perfil de Facebook:

Porque vean la descripción que dice aquí, dice, precisamente por esa demanda de contar como medio regional que nos permita compartir experiencias entre las comunidades de nuestro cantón iniciativas de las organizaciones problemas de índole social y comunal, así como diversos temas de campo de salud, cultura, recreación es que inició este proyecto El Guarqueño. Entonces yo creo que ahí se perdió el objetivo, al menos ese que se describen en la página de Facebook y podría cambiarse el nombre, simplemente y así no estaría debiendo con publicidad, o si no, pues simplemente sugerir el cambio del contenido, verdad que realmente se ajuste ahora sí, a evidenciar las dinámicas comunitarias no solo como desde la óptica de la municipalidad.

Ivette Rojas, vecina de Higuito de El Guarco, en una entrevista realizada explica una de las principales necesidades informativas que ella percibe como ciudadana, al manifestar que: “una información integral en todos los aspectos, eso es lo que se busca y como lo dije anteriormente, que pretenda la unidad o el bienestar la comunidad”. Con ello, expresa su interés en que el periódico logre promover la comunión ciudadana.

Roxana Barahona, vecina de San Isidro, en una entrevista realizada muestra su preocupación por la falta de más amplitud geográfica. Al referirse a el impacto que tiene el acontecer de otras localidades en el cantón de El Guarco:

Siento que le hace falta amplitud geográfica en esto de que hablamos que abarque todos los distritos y tal vez, este, como dice la profe Ivette, que abarque noticias de toda índole este municipales, de arte, de deporte, este también, puede abarcar, este, alguna noticia provincial no solo de El Guarco, sino también, de Cartago, por ejemplo, qué está pasando con el cruce de la Lima y Taras y ese poco de eso ahí tirado y ahí, disque, trabajando unos cuantos verdad, esas investigaciones que, tal vez, no son propias de la geografía de nuestro cantón, pero que sí nos afectan porque, por ahí

pasamos para llegar aquí. De ahí, también me sale otra cosa que le hace falta al medio y en realidad la municipalidad en general y a las comunidades, es unirse entre municipalidades, o sea, hay cosas que afectan a varios cantones en sí y si el medio de comunicación ayuda no solo a increpar o a dar el logro o a dar la noticia o investigar sobre lo que pasa no, sino que también soy capaz de ir a visitar a la otra municipalidad y preguntarle qué pasa con esto, porque también afecta al cantón al que yo le sirvo, eso también parece un plus muy grande.

Se evidencia un interés que va más allá de la noticia positiva y se comprende, más bien, el beneficio que obtendrían los vecinos al informarse respecto a la realidad diaria y cotidiana de lo que sucede tanto en el cantón como en los lugares aledaños. Esto debido a que, como lo dice Roxana Barahona, vecina de San Isidro de El Guarco, en una entrevista realizada expresa que muchos de los habitantes del cantón trabajan en otra provincia al decir que:

Uno no está aquí, en el cantón muchísimo tiempo, uno no vive más por cuestiones de trabajo en San José y en donde sea trabaje que aquí en el pueblo, es muy importante y me abrió los ojos de que sí es importante tener un medio local

Irene Cordero, vecina de San Isidro de El Guarco, en una entrevista realizada se expresa sobre la importancia de la descentralización de la información:

Pensaría que el tema que también comentan las compañeras acerca descentralizar, verdad el contenido que también es cierto, el cual está principalmente en Tejar, San Isidro y tal, podría ser también una buena solución, para extender más verdad el periódico y dar mayor contenido o verdad y quizás ahora sí iba a lanzar una mejor manera de contenido este de la noticia.

Miguel Acuña, propietario del periódico El Guarqueño, en una entrevista realizada el 24 de febrero del 2022 reconoce que una de las debilidades del medio de comunicación es precisamente la dificultad que enfrentó para llevar el escrito hasta el distrito de Patio de Agua:

Debilidades lo único que había puede ser como falta involucrar a comunidades que eso también era importante. Generalmente yo me enfoqué mucho en Tejar, San Isidro y Tobosi, Patio de Agua me costaba mucho precisamente por la distancia, como que

me costaba mucho tener contacto con la gente, de mandar el periódico allá de comunicar que era lo que se estaba ocurriendo una comunidad, pero era por eso, la distancia este no era lo mismo digamos ir posicionando las cosas acá en Tejar en San Isidro que era como lo más cercano, donde además, yo me movilizo y tengo obviamente el contacto así como de referencia a las organizaciones. Allá, de ellos no sé cuánto tiempo después se dieron cuenta que existía El Guarqueño hasta después de que yo pude comenzar a mandarlo.

Betania Artavia, dueña del periódico Heredia Hoy, en una entrevista realizada el 4 de marzo del 2022 describe la manera en la que distribuye la información que contempla para difundirla a sus lectores:

El periódico impreso tiene una línea de solo temas positivos generalmente o la meta es que por lo menos un 60% sean temas de la provincia. Ah, también se cubren en temas nacionales, pero con una visión de provincia, regional, lo que es el sitio web y redes sociales, como es información que tiene que ser todos los días es prácticamente imposible para un medio pequeño dedicarse a generar contenido, para todos los días entonces en ese si nos alimentamos con información de las instituciones, diferentes oficinas de prensa, agencias de comunicación y muy importante de lo que nos genera la comunidad dichosamente hemos ya logrado llegar al punto en que las personas comparten la información entonces si hay un accidente y hay una calle cerrada, si hay una manifestación siempre hay alguien que nos comparte la información acá de la provincia, entonces la podemos, mantener y es muy bonita la interacción que hay con las personas.

De esta manera, se comprende cómo trabaja este otro medio de comunicación, como una respuesta referencial al sentir de las participantes del grupo focal. Es decir, que responde a una necesidad informativa más integral que permite conocer no solo lo que acontece dentro de una localidad en concreto, en este caso el cantón de El Guarco, sino que amplía su visión en cuanto a la información que incide en la realidad de los ciudadanos de esa localidad tomando en cuenta los hechos de los lugares aledaños y hasta de la noticia nacional.

A continuación, Roxana Barahona, vecina de San Isidro de El Guarco, en una entrevista realizada expone las principales necesidades informativas desde su punto de vista:

Creo que al periódico le hace falta la noticia difícil que es buscarse el experto que hable de tal cosa, ir a tocarle la puerta al empresario de acá, este mire es que estamos viendo que ustedes de tal y tales cosas, entonces puede darnos una entrevista, verdad estas cosillas así, pero sí, este que se integral y que abarqué, yo me siento un poco desinformada en cuanto a lo que pasa aquí.

Irene Cordero, vecina de San Isidro de El Guarco, en una entrevista realizada manifiesta, por su parte las secciones que le gustaría consumir para cubrir sus necesidades de información:

Okay, yo creo que para agregar a la lista de todo lo que han venido diciendo verdad de efectos que me parecen como básicos, verdad que debería contener el medio, cultura, salud, deportes, políticas, y tal me parece que si el medio sería como de mayor alcance inclusive podría, brindar información, acerca de otros temas que yo he evidenciado digamos o que he visto, verdad, la necesidad es que tienen muchas localidades cuando de hecho trabajo de campo, por ejemplo, cómo se realizan x trámites y a cuál institución debo dirigirme yo, como ciudadana para obtener ese servicio.

Jimena Ramírez, vecina de Barrio Nuevo expone su interés por se cubran temas de índole deportiva y aspecto de inclusión que enriquecerían a la sociedad guarqueña:

Secciones que presenten desde atletas o grupos sociales que hacen cierto tipo de actividades sería motivador también para incluir esa parte de la sociedad, que nos informen sobre no sé, se me ocurre un club de lescos de personas que practiquen cierto deporte en el cantón y hay personas que realmente tienen talento.

Irene Cordero, vecina de San Isidro de El Guarco, en una entrevista realizada explica que también le gustaría ver temas de más profundidad y que contemplen más poblaciones:

El tema de sacar a la luz y poner sobre la mesa, la realidad de otras poblaciones, no sé el tema de personas adultas mayores y cada vez este viene creciendo, personas con discapacidad como lo decía una compañera por ahí el tema de lescos entre otras cosas, o sea, diversificar ir más allá de los accidentes de tránsito de los videos estos de

seguridad que es más que todo lo que a mí muchas veces me enseñan inclusive aquí entre los vecinos.

Gisenia Mora, vecina de San Isidro, en una entrevista realizada explica, además, la importancia del papel que juega el periodista en la redacción de la noticia, ahondando, en la preparación y el conocimiento que deben de gestar para lograr suplir las necesidades informativas del cantón:

Bueno de mi parte considero que debe abarcarse, en sí, todas las áreas posibles, todo lo que conforma a todo El Guarco, tanto como distintos aspectos deportivo, artístico, municipal, es bueno todos en general, permitan conocer realmente cómo se está manejando, verdad el lugar y también siento que inclusive quiénes hacen el periódico, verdad que quienes hacen este caso se encargan de buscar las noticias y redactarlas, buscar más ellos mismos informarse siento que a veces para hablar de un tema inclusive que conocer sobre ese tema un poco entonces considero que también hace falta como a las que lo crean, verdad, esa esa experiencia tal vez en el sentido de conocer un poco más de las áreas de las que habla.

Por su parte Betzabé Piedra, vecina de hacienda Vieja, en una entrevista realizada coincide con otra de las compañeras, al describir su deseo por informarse sobre movimientos que nacen de la propia realidad cantonal:

Entonces no es solo abarcar, pues temas que sé yo de las necesidades de las comunidades claramente, sino, también de las poblaciones y grupos organizados que han surgido en este cantón porque acá hay muchísimo talento, pero nosotros como igual que ellos desconocemos.

En fin, estas necesidades logran unificar la tarea con la que debe cumplir el medio de comunicación local. Según lo expuesto por el director del medio en este análisis su objetivo se adecua a alguno de los aspectos expuestos. Se evidencia, entonces, una necesidad generalizada por diversificar la información, por la descentralización de su cobertura y por la difusión de contenido externo a la localidad que genere un impacto en el cantón de El Guarco.

Publicidad

Para iniciar, es importante destacar la relevancia que obtuvo este aspecto dentro del proceso investigativo. De esto que, surge su importancia en el abordaje de este tema en específico. En seguida, se expondrán los pensamientos de los diversos actores involucrados, así como, el manejo que tienen otros medios regionales en el manejo de la publicidad como un contraste que genere una mayor comprensión de este fenómeno y su importancia para este estudio.

Es importante destacar, la relevancia que tiene la publicidad para Miguel Acuña, propietario del periódico El Guarqueño, en una entrevista realizada el 24 de febrero del 2022, donde explica la importancia que le da a la pauta comercial por encima de alguna nota informativa:

Sí, pero bueno, ahora que me me decía lo de las notas, siempre fue, o sea la pauta trataba siempre de que estuviera la mayor cantidad de pauta, al menos que me salía nunca lo rechace a nadie, digamos una pauta prefería en todo caso desplazar una nota de un mes a otro digamos, tal vez la más inactual de todas este para darle paso al día la pauta. Pero eh, generalmente salían entre 7 y 10 notas, digamos de diferentes tamaños, o sea, fuera una cosita pequeñita tal vez algo que tuviera una página y media o dos páginas.

Esta situación la confirman las personas que participaron el grupo focal que se llevó a cabo el 25 de febrero del 2022. Donde las involucradas coinciden en el impacto que tiene la publicidad a la vista del periódico y lo que eso les genera a ellas como lectoras del periódico. Por su parte Betzabé Piedra, vecina de Hacienda Vieja, en una entrevista realizada explica que: “para mí el periódico es más un medio publicitario que un medio informativo”. Refiriéndose a la gran cantidad de publicidad que puede observar en los ejemplares que ha logrado ver.

Gisenia Mora, vecina de San Isidro, en una entrevista concuerda con lo anterior al referirse a la gran cantidad de publicidad que logra ubicar al ver la portada:

Considero que hay más publicidad que noticias y más importancia a la publicidad porque al menos digamos que no revisan las primeras páginas siempre era como una

bueno un anuncio publicitario arriba, uno abajo y al centro la noticia una principal, pero desde la primera página ya se ve como, bueno por decirlo de una forma muy excesiva esa publicidad como queriéndola mostrar mucho.

Para Jimena Ramírez, vecina de Barrio Nuevo, en una entrevista explica que: “El Guarqueño disminuyó la calidad, porque al fin y al cabo no comunicas sobre una problemática o una situación que se está no el cantón, sino que te vas más a algo publicitario”. Es decir, se refiere al detrimento de la información a costa de los espacios publicitarios que se incluyen y distribuyen en los diversos espacios del periódico.

Con lo anterior, Irene Cordero, vecina de San Isidro, en una entrevista realizada también concuerda con esta idea al explicar que con el paso de los años veía como el periódico iba incluyendo más material publicitario en sus espacios:

Yo concuerdo con Rox cuando dice que cada vez el periódico era de menor extensión, era como más pequeño o al menos eso percibí y en el tema de la proporción verdad de la publicidad, eh sí, sí es cierto las dos compañeras tienen razón, digamos conforme iba avanzando con los ejemplares, más recientes si se notaba que el área de la página verdad, iba ocupando un mayor porcentaje en el campo publicitario.

Ivette Rojas, vecina de Higuito de El Guarco, en una entrevista realizada, expresa también la importancia que tiene la publicidad para un medio de comunicación, sin embargo, también piensa que este debe de distribuirse de una mejor manera:

Tal vez, esto ha servido para que lleguen muchas personas y traten de que su negocio sea conocido, verdad, al darse esto tal vez no han manejado la cantidad de personas que están haciendo la publicidad, no han sabido administrar, porque requieren de muchos recursos para mantener un periódico como este, verdad tal vez, pero si siento que eso debe dosificarse de mejor forma, para que no, llegue a esto, verdad que estamos comentando Tanto anuncio y no tomar en sí, lo importante que es el conocer diferentes actividades que tuvieron, en el cantón, logros de muchas personas o también notas de personas importantes que han hecho grandes cosas.

En esto también coincide Irene Cordero, vecina de San Isidro, en una entrevista realizada donde expone que este tema de la publicidad también surge como patrocinio:

El tema que comentábamos compañeros de anunciar su negocio de verdad en él en el periódico no sé si también sea una cuestión de patrocinio, verdad, de cómo se sostiene el periódico y pensaría pues que también es parte de la dinámica de la comercial del cantón. No sé una alternativa, por ejemplo, se dio un tema de que los anuncios publicitarios para no dar que tanto porcentaje de verdad de la página a mí, la verdad no, no me causa mayor ruido.

Roxana Barahona, vecina de San Isidro, en una entrevista realizada explica lo evidente que es la publicidad en un medio escrito:

Respecto a la publicidad, por ser un periódico la publicidad es más evidente, me explico, o sea, ellos tienen que poner la imagen de la empresa o el negocio, en sí, porque es un periódico, a veces uno de los noticieros nacionales y le meten publicidad y mencionan empresas y todo, pero está muy bien disfrazada en un contexto de noticias.

Jimena Ramírez, vecina de Barrio Nuevo, en una entrevista realizada destaca la gran cantidad de publicidad que se muestra en la portada y también dice que debe existir un equilibrio en la información y la publicidad pues los grandes afectados son las problemáticas de este gran cantón que no logran ser divulgadas:

Leyendo el periódico se daba cuenta que tanto y creo que de primera impresión uno lo puede ver en la portada y prácticamente los bordes que ocupan más de la mitad de la página y son publicidad y okay, estamos bien, hay que me imagino que eso es algún tipo de pago y que tiene que ver con la parte también económica que tiene que mantener el periódico. Yo siento que en el periódico se trata de mantener un equilibrio entre mantener informado a la persona y también este asunto de la publicidad, lo que pasa es que siento que no se maneja de una forma correcta porque si uno ve las noticias son muy limitadas y como mencionan las compañeras anteriormente, pues el cantón El Guarco es grande, tenemos muchos distritos, tenemos muchas zonas ahí infinidad de problemáticas.

EJEMPLAR GRATUITO

LIMPIEZA DE TANQUES SÉPTICOS

IRAZU

Tel: 2551-8347 **Limpieza de**
Cel: 8342-0306 **Tuberías Obstruidas**

EL
GUARQUEÑO
PERIÓDICO

PERIÓDICO REGIONAL DE CIRCULACIÓN MENSUAL - EDICIÓN N° 52 - NOVIEMBRE 2016 - 2500 EJEMPLARES



TALLERES DE DANZA AMUBIS:
UN PROYECTO DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL

El pasado miércoles 26 de octubre se llevó a cabo el espectáculo de clausura de los talleres de danza que la Asociación Cultural Amubis llevó a cabo como parte de sus objetivos de gestión cultural comunitaria, el cual contó con el aporte del Programa Puntos de Cultura, que desarrolla el Ministerio de Cultura y Juventud.

Bolis y Helados

Chelito

Productos Gran Cooperón
"Su refresco favorito"

Les ofrecemos: Bolis, Helados de coco, cas, mora y mucho más, gelatinas y chocobananas.

Teléfonos

2551-7859
8375-8848

Nos ubicamos en calle La Asociación, costado Oeste de la escuela, El Tejar de El Guarco.

Tecni-Muflas

MANGAS Y TUBOS

Danilo Navarro Cerdas

Administrador
CEL: 8827-3568

Cartago - Tel.: 2573-4493
130 m. sur y 25 sur del puente de Tejar, El Guarco

Tres Ríos - Tel.: 2279-3910
1 km. al este de la Iglesia Católica de Tres Ríos

PANADERÍA
y repostería



Tel: 2573-5392

Contiguo a la Iglesia Católica, San Isidro de El Guarco.

- Buena atención.
- Bajas precios.
- Le ofrecemos: queques, repostería, pan de todo tipo y pastries para toda ocasión.

Fuente: Periódico El Guarqueño

En esta portada de la edición número 52 del periódico el Guarqueño, publicada el 5 de noviembre del 2016 se muestra lo expuesto por quienes consumen el periódico. Miguel

Acuña, propietario del periódico El Guarqueño, en una entrevista realizada el 24 de febrero, explico la forma en la que trabaja la pauta publicitaria:

Por lo menos como para asegurarme, pautas de tres a seis meses no nunca la manejé por año porque me daba miedo como la incertidumbre de no sé si el otro mes me va a alcanzar para pagar la impresión. Entonces siempre decía, bueno, trabajamos de tres a seis meses, entonces, ahí me iba a asegurando como como la constancia de los locales. Que más allá también de generar como un ingreso económico para mí este en el inicio y pues evidentemente lo tenía verdad porque no tenía trabajo, entonces también, quería buscar como un medio de ingreso.

Betania Artavia, dueña del periódico Heredia Hoy, en una entrevista realizada el 4 de marzo, es tajante en cuando a su visión de la publicidad que se ubica en la portada:

Nosotros la portada nunca la hemos ofrecido. Yo creo que vender la portada es como vender la cara de producto, la cara del producto en la portada no se puede vender. La portada es la carta de presentación del medio, tiene que ser las mejores noticias que traiga el periódico, tenemos ya un estilo, un título grande, una foto grande, un par de fotos pequeñas. La publicidad se distribuye como cualquier medio, o sea, por espacios, primero las páginas, después las medias, después los cuartos y la contraportada si se vende.

Rodrigo Quirós, director del periódico El Monitor, en una entrevista realizada el 3 de marzo del 2022, explica como maneja la publicidad desde su perspectiva como medio, si bien es cierto, no es su principal objetivo si debe afrontarlo porque un medio de comunicación no deja de ser una empresa:

La cuestión es compartir los acontecimientos, las noticias de los acontecimientos más importantes y colaborar con la parte con el parque empresarial, con el sector productivo, eh, a difundirse y a darse a conocer y para que ellos puedan pues incentivar o digamos lograr ventas en el cantón, porque sabemos que esa está toda esta producción es lo que mantiene a las familias en un cantón. Entonces por eso consideramos que es importante y nosotros igualmente somos una empresa, verdad que, o sea, como te decía, no nos dedicamos al 100% a esto, pero si ocupamos una rentabilidad para poder mantener el servicio.

Betania Artavia, dueña del periódico Heredia Hoy, en una entrevista realizada el 4 de marzo, explica como es el contexto de su medio de comunicación con respecto a la publicidad. Con ello explica que la publicidad que manejan no es mucha y que si llegará a tener mucha lo que haría sería aumentar el número de páginas para mantener el balance con la información:

O sea, nosotros no, no hay ediciones en que tengamos un 50/50, si acaso un diciembre, un noviembre antes de pandemia, quitando eso, la publicidad no es que llega por montones, en todo caso en esos meses que sí hubo bastante publicidad, se aumentó la página la cantidad de la página 20. O sea, es cuestión de tratar de mantener siempre el equilibrio 60 a 40. Entonces sí hay muchísima publicidad se sube a 20 páginas de práctica nada más. Quisiéramos que fueran muchos los meses así pero no.

Miguel Acuña propietario del periódico El Guarqueño, en una entrevista realizada el 24 de febrero del 2022, se refiere también a la cantidad de páginas que manejó su periódico en los primeros años y como fue disminuyendo a través del tiempo:

Yo creo que eso fue cambiando, digamos los primeros meses salía de 16 páginas con el paso de los años bajó a 12 y los últimos años que estuvo impreso era de 8. Siempre sacaba una nota, digamos la nota más importante del mes como portada y había anuncios en la portada, digamos y otros títulos ahí como que consideraba y relevantes, siempre variado digamos, siempre había nota municipal, siempre había notas comunales.

Por su parte, Rodrigo Quirós, director del periódico El Monitor, en una entrevista realizada el 3 de marzo del 2022 explica el costo que conlleva difundir los miles de ejemplares que producen mes a mes y a la relación directa de esos costos que se obtienen de la publicidad: “El periódico requiere digamos una producción que si tiene un presupuesto fijo y entonces del mismo periódico sale el pago de la publicidad y eso implica pagarle, por ponerte un ejemplo, los 5 000 periódicos se distribuyen gratuitamente”.

Miguel Acuña, propietario del periódico El Guarqueño, en una entrevista realizada el 24 de febrero explica la prioridad de la pauta comercial para su medio de comunicación:

Yo creo en que en los medios locales la publicidad es fundamental, porque es la manera de sostener los medios, o sea, así sea un anuncio pequeñito, digamos que, en mi caso el anuncio más pequeño valía 5,000 colones que era un cuadrado como de 6 x 4 y medio. Siempre se le va a dar prioridad a la publicidad porque, yo no tenía pautas oficiales, como que fueran, que se yo, que la Municipalidad me pagará a mí, mes a mes, una página. Yo no podía contar con eso de hecho que por mucho tiempo la Municipalidad me pautaba una o dos veces al año digamos, no dependía precisamente de esas pautas que de cierta manera pueden ser grandes.

Rodrigo Quirós, director del periódico El Monitor, en una entrevista realizada el 3 de marzo del 2022, explica los costos que tiene cada espacio publicitario en su periódico:

El periódico se divide en 5 columnas, ¿ves? Y si lo dividimos horizontalmente entonces lo podemos hacer en cuatro partes como aquí, ¿verdad? Como aquí hay media un cuarto y ocho cuartos en el sentido horizontal, entonces una columna por un cuarto de aquí, el de abajo, el gris, es el tamaño más pequeño. Eso vale 12 000 colones. Si lo duplicamos como este, son 24 y si se le mete uno tercero, que es como estos ocho azules ya son 36 y si le metes ocho entonces ya son 12.000 colones más y ya es como este, que son los cinco los cinco cuartos, o sea, son las 5 columnas por un cuarto de página, entonces ya eso son 60. Y además sumándole así, esta media página son 120.

Miguel Acuña propietario del periódico El Guarqueño, en una entrevista realizada el 24 de febrero del 2022 se refiere a como manejaba la distribución de en los paquetes publicitarios que ofrecía:

Cuando me compraba un paquete de 3 meses, si era color digamos como el tamaño de una tarjeta representación que era para mí un octavo de página uno de los meses iba en portada y los dos meses iban en cualquier otra página a lo interno.

De esta manera, se comprende las diferencias en el manejo de la publicidad con respecto a otros periódicos de la misma línea. A propósito, Rodrigo Quirós, director del periódico El Monitor, en una entrevista realizada el 3 de marzo del 2022 dice que: “Tenemos otra página web, digamos comercial que lo que hace es publicar anuncios, es como un directorio comercial, es un proyecto nuevo que realmente estamos tratando de impulsar”. Es

decir, crearon un espacio que rige como nicho para exponer a los comerciantes de la región en beneficio de sus expectativas empresariales.

En fin, con esto se evidencia una de las principales necesidades de los lectores del periódico El Guarqueño. La publicidad entonces confiere un aspecto de mejora en cuanto a su distribución y manejo de la pauta con los negocios. Se expresa una inconformidad y a la vez una necesidad que los propietarios de los diversos periódicos citados muestran al decir que la publicidad es necesaria para la subsistencia de la prensa-escrita local.

Unidad de análisis II: Impacto del Periódico El Guarqueño en la Opinión Pública de los Habitantes del Cantón de El Guarco.

El siguiente aspecto trata sobre el impacto del periódico El Guarqueño en la opinión pública de los habitantes del cantón. De esta forma, se dispondrá de los hallazgos que extrajeron de las diversas entrevistas, así como, del grupo focal realizado el 25 de febrero del 2022. Siendo este último de vital importancia para el análisis de la información, debido a que, se contó con la participación de personas que consumen el medio de comunicación y que puede expresar de primera voz la incidencia del periódico en su opinión.

En cuanto a la incidencia que tiene el periódico, Betzabé Piedra, vecina de Hacienda Vieja, en una entrevista realizada explica como el contenido que tiene El Guarqueño no contribuye en forjar una opinión de ninguna índole:

Di bueno, sabemos que los periódicos tienen que detener diferentes secciones, segmentos, de deportes, salud, política, comunal, pero al final de cuentas el periódico como tal y como lo hemos hablado, no lo contiene, entonces para mí, pues no ha incidido en lo absoluto.

Al respecto Gisenia Mora, vecina de San Isidro, en una entrevista realizada manifiesta que el aspecto de la publicidad cala hasta el punto de no tomarle importancia al contenido noticioso que el medio difundía:

Aunque sea el inicio si da noticias importantes, pero se fue convirtiendo más en algo de publicidad mucho anuncio sobre negocios sobre locales del lugar o de mi punto de vista a veces daban noticias que consideran innecesarias o poco relevantes para la

comunidad, que en realidad no tenía como si una importancia, que no representaba un problema o la realidad que se vivía.

Por su parte, Jimena Ramírez, vecina de Barrio Nuevo, en una entrevista realizada dice que el periódico no ha incidido en su pensamiento al decir que: “No diría que no, porque como lo hemos venido mencionando, creo que la información es muy como un cierto favoritismo temas más que todo municipales”. Con esto se refleja como las necesidades informativas son la causa de la falta de incidencia del periódico en la vida de los lectores.

Respecto a este tema, Miguel Acuña, propietario del periódico El Guarqueño, en una entrevista realizada el 24 de febrero del 2022, explica por qué no se inclina por el contenido relacionado con la criticidad del poder municipal:

Yo creo que tal vez a la gente, diay posiblemente le habría gustado como que cuestionara más como accionares municipales ciertas personas, ciertas dinámicas que se generan como a nivel político y ese tipo de cosas más a nivel local que a mí en realidad como que no me interesaban tanto. Pero bueno, digamos que tal vez por ahí pudo haber una debilidad este con ese tipo de información.

Irene Cordero, vecina de San Isidro, en una entrevista realizada expresa que el enterarse de actividades que se desarrollan en el cantón es lo más cercano a algún tipo de incidencia, sin embargo, no lo define como algo trascendental:

No, realmente, decir, que ha incidido no. Bueno, cuando me facilitaste la información con los enlaces simplemente me di cuenta de muchas actividades que se hacen a nivel municipal o por ejemplo en la página de Facebook me estuve enterando sobre los procesos y el avance que ha tenido la vacunación con respecto al Covid-19 y este tipo de temas que sí, solo relevantes. Pero como que ese tipo de noticias ha impactado en mi opinión en mi percepción, verdad acerca la dinámica al cantón, o sea, simplemente me informa como que está pasando a nivel municipal estas medidas, pues se toman algún servicio que se está brindando la comunidad y tal, pero no ha cambiado mi opinión.

Ivette Rojas, vecina de Higuito de El Guarco, en una entrevista realizada, expresa que, de alguna manera el periódico en estudio sí ha incidido en su opinión respecto a algún tema pero que han sido pocas las ocasiones en que eso sucedió:

Eh, bueno, te voy a decir que en algunos en algunos casos. Sí, eh, cambiado o me ha hecho sentirme muy bien el ver ciertas noticias importantes en verdad dependiendo del tema que sea sí ha cambiado mi forma de pensar, por ejemplo, cuando he visto que se logró hacer ciertas cosas, por ejemplo cuando publicaron algo de la escuela de Conventillo o temas que me han interesado, verdad, que hubieran donaciones, etcétera, entonces me ha hecho sentirme muy bien, pero son pocos los casos, no todo el tiempo ocurre, verdad, que son noticias que muestran ese tipo de temas, entonces, por eso no diría que siempre sino que en algunas ocasiones.

Betania Artavia, dueña del periódico Heredia Hoy, en una entrevista realizada el 4 de marzo del 2022, describe una de las secciones que busca trascender a través de la historia en su público:

La sección del Rincón Herediano es sobre cosas curiosas de la provincia, por ejemplo, tenemos, anécdotas de portales, le comentaba que tenemos un historiador que nos escribe la edición impresa y para la web también, entonces esos contenidos que comparten ahí, pero por ejemplo, el Rincón Herediano hicimos unas publicaciones sobre la historia del cementerio Municipal de Heredia, que es una colección de mausoleo, donde están figuras como Emma Gamboa, Braulio Carrillo, Otilio, hay como 10 o 12, bueno, Eladio Rosabal, figuras que hicieron historia en Heredia y algunos trascendieron en el país entonces, eh, ese tipo de cosas es lo que tenemos en Rincón.

Por su parte, Roxana Barahona, vecina de San Isidro de El Guarco, en una entrevista explica que a pesar de que le parece una iniciativa muy buena la de tener un periódico local, lo cierto es que no recuerda una sola vez que la información haya calado a el nivel de incidir en su opinión:

Igual que Irene, vieras que lo siento que me informo y que yo digo: ¡Que chiva sé, sé que pasa aquí! Pero no, así, como que yo haya tomado una decisión a partir de una noticia, la verdad no me acuerdo, es que lo seguía más cuando salían físico y no me

acuerdo. Si me acuerdo de que yo decía que chiva tal cosa, qué sé yo, pero, así como que yo tomé una decisión a partir de las noticias de ahí, un poco difícil, la verdad.

En contraste, Betzabé Piedra, vecina de Hacienda Vieja, en una entrevista realizada explica como otros medios informales de comunicación logran trascender de una forma más acertada en su vida. Describe que a pesar de ser medios que solo cuentan con una red social, siente que logra impactar su pensamiento con la información que disponen:

Pienso y sostengo que más bien debe de cambiarse el nombre y lástima como esta página que decía Roxana más bien optaran por formarse un periódico, a pesar de que, sea un medio informal pienso que notas, eh, bastante importantes de hecho hasta de diversos temas he visto, eh donde explican hasta materia municipal cuando hablan sobre mociones en materia del consejo como tal, he visto denuncias, he visto que se pierde un perrito y lo publica no estoy diciendo que el periódico lo haga, pues pero pienso que también, en la parte híbrida, verdad, que estamos hablando tanto lo físico, como lo digital, pues de eso también se trata, pero como tal el periódico no ha decidido en lo absoluto en mi persona.

Jimena Ramírez, vecina de Barrio Nuevo, en una entrevista realizada, refuerza lo mencionado anteriormente y expone como los medios informales logran tener una mayor trascendencia, aunque, por su informalidad no se siente segura con respecto a la veracidad de la información:

Sí, yo creo que sí tiene muchísimo impacto, pero concuerdo con la primera compañera, creo que los informales deberían ser todo lo contrario, uno debería informarse por un medio de comunicación que sea de pues que te dé más veracidad. Creo que ahora estos medios informales sí influyen demasiado porque bueno, ahora pues eso en toda la pandemia y muchísimas otras más noticias que se dan uno escucha los comentarios en los vecinos y los mismos familiares de viste lo que publicó tal página y en tal página publicaron que va a ver, no sé vacunación abierta hasta tal hora, o sea, son medios que se encargan de difundir la información muchas veces no son completamente veraces, hay muchas cosas que puede que no son ciertas o son como mensajes que les llegan a las páginas y los publican y las personas pues, como es lo más popular creo firmemente lo que dice y no hay como te digo tanta veracidad,

entonces creo que desde un punto se influye, no sí, totalmente influye y más que todo de medios que no son formales donde no podemos asegurar una veracidad.

A pesar de esto, si se destaca la importancia de los medios regionales, por ejemplo, Irene Cordero, vecina de San Isidro, en una entrevista realizada, lo expone de la siguiente manera:

Yo creo que es muy importante en el sentido de que a veces uno solo como que se enfoca en lo que en lo que ocurre en la inmediatez, verdad en su casa en su trabajo y tal y muchas veces ignora, lo que está pasando alrededor, verdad es como otredad de alguna manera. Entonces yo creo que es muy importante para para informarse inclusive, lo vería como como un buen recurso, que sé yo, para para promover la cohesión entre la comunidad para convocar a las personas y promover digamos la participación social en esa actividad en ciertos temas de interés, entonces me viene a la mente. Digamos ahorita no está el tema de residuos sólidos, la parte ambiental, el tema de seguridad, que para nadie es como es un secreto de verdad este esté es más delicado verdad a nivel nacional, entre otros temas entonces yo creo que es un recurso muy valioso y que se le puede sacar muchísimo provecho, verdad si ahorita nuestras expectativas, no están en los satisfechos por El Guarqueño.

Por último, Roxana Barahona, vecina de San Isidro, en una entrevista realizada, expone el papel que tiene un medio local, en este caso, en el cantón de El Guarco. Para ella es importante porque se visibiliza la población, además de generar cercanía con la información que acontece dentro y fuera de la localidad:

Eh, bueno, para mí el papel que juega un medio local va por todos lados. En primera, este generador, redactor, emisor de noticia local, lo que se me genera acá, visibilizar a la población, lo que se está haciendo acá, en su geografía. También en su geografía cercana, que como le digo a mí me parece relevante tocar temas de otras comunidades, otros distritos que afectan al Guarco y por otro lado el papel que juega de localizar como aterrizar al medio local, la noticia macro, o sea, la noticia nacional.

Con esto se evidencian las percepciones de quienes consumen el periódico. Donde se le atribuye una poca incidencia en los pensamientos y opiniones de los habitantes del cantón de El Guarco a causa de distintas razones. Entre tantas, las expuestas en la primera unidad de

análisis. A través de las necesidades informativas que este medio de comunicación no logra suplir se desencadena una falta de incidencia y cercanía con el público guarqueño.

Unidad de análisis III: Hallazgos Históricos de los Medios de Comunicación de Cartago.

Se examinará brevemente ahora, algunos hallazgos históricos relacionados con los medios de comunicación cartagineses. Esto con el propósito de comprender la relevancia que tiene la provincia de Cartago en el surgimiento de los periódicos. Sobre todo, en cuanto sus medios regionales. Para ello se citarán diversas fuentes, entre ellas, a un corresponsal del periódico La Nación para la provincia cartaginesa y a un miembro del consejo editorial del periódico Cartago Al Día.

Es importante establecer el primer precedente que permitió el desarrollo del periódico como órgano informativo, de esta forma Núñez (1980), se refiere así:

El primer jefe de Estado, Juan Mora Fernández, con una visión clara del futuro y de la importancia del periódico como órgano informativo y de divulgación de ideas, orientador de la opinión pública, reafirmando sus pasos, en el sentido de organizar una democracia operante, invitó a los ciudadanos para que establecieran un Papel Periódico. (Decreto No. 23 del 27 de noviembre de 1824). Es decir, estimulaba la circulación de hojas manuscritas, ya que se carecía de imprenta en ese momento (p.19).

De esta manera, tras un impulso por parte de un gobernante es que se asienta el primer precedente que hoy permite a la sociedad gozar de un ejercicio libre de su derecho a la información. Además, desde su creación, se basa en el principio de tener un carácter informativo, divulgador de ideas y de guía para un buen desempeño por parte de la incidencia en la opinión pública.

Posteriormente, (Núñez, 1980) hace referencia a la creación del primer periódico que circulo en el territorio costarricense. En ese contexto, el autor hace referencia a Joaquín Bernardo Calvo Rosales, un servidor del país a quien se le atribuye la fundación del Noticioso

Universal el 4 de enero de 1833, quien murió más de treinta años después dejando un legado que marcaría la historia del periodismo en Costa Rica. Se describe como un periódico que se levantó a una sola columna y que contenía información sobre noticias extranjeras, material educativo, etc.

Dentro de los periódicos que (Blen, 1983) logró establecer en su libro los primeros escritos informativos que cumplían con la función de informar y divulgar información. El primero de ellos fue el periódico Ensayos de Libertad del año 1834. Este medio inicio su circulación a en el mes de octubre en la provincia de Cartago. Su objetivo primordial informar sobre aspectos que influyeran directamente en el quehacer provincial, así como increpar a quien no cumpliera sus deberes.

Posteriormente, (Blen,1983), en el año 1863 surge el periódico La Estrella del Norte, el cual era un semanario de cuatro páginas que se interesó por divulgar temas locales cartagineses. Años después, en 1868, para ser más precisos, se funda el medio de comunicación El Duende en el mes de enero, el cual salía a la luz gracias a la imprenta que llevaba su mismo nombre y se divulgada semanalmente. En este mismo sentido (Núñez, 1980) se refiere al periódico El Duende. Esto porque explica que: “El Duende, periódico que editaba en Cartago don Félix Mata de la Fuente, padre de don Félix Mata Valle”.

Según, (Blen, 1983) en ese mismo año, 1868, nace el periódico La Opinión, otro más de la provincia de Cartago. Este se caracterizaba por haber surgido al calor de la política. Debido a que, su circulación se dio en el mes de octubre, abogando por un candidato que se llamaba Juan Volio. Este periódico tuvo una corta duración, su formato fue de cuatro páginas y se imprimió en una imprenta que también se llamó “La Opinión”.

Continuando con este recuento histórico por los periódicos de Cartago (Núñez, 1980) expone el caso de Francisco y Pedro Ulloa, dos hermanos que tuvieron una imprenta en Cartago y marcaron un hecho histórico a nivel nacional:

El mes de marzo de 1875, los hermanos Ulloa, Francisco y Pedro, que tenían una imprenta en Cartago, decidieron editar un diario con el nombre de El Telégrafo. Fueron sus editores y redactores. Es el primer diario que circulo en Costa Rica. Más tarde en febrero de 1878 se convertía en el diario La Gaceta, órgano oficial (p.64).

De esta manera, muchos años después la provincia cartaginesa se convertiría en la primera en establecer un medio de comunicación que se publicará todos los días. Además, según (Núñez,1980) otros medios lo celebraron y le dieron la bienvenida:

El periódico El Ferrocarril, en su número 152 de 2 de abril, dio la bienvenida a su nuevo colega en los siguientes términos: “La prensa Periódica. Ha aparecido en Cartago un diario titulado El Telégrafo. Si toda publicación periódica entre nosotros exige sacrificios y presenta dificultades, muchos mayores deben ser esas dificultades y esos sacrificios tratándose de un diario” (p.64).

Desde la época ya se vislumbran las vicisitudes que los medios de comunicación deben sobrellevar para poder cumplir con su labor periodística. Estas mismas dificultades y sacrificios son las que describe (Núñez, 1980) al decir que, lo que duró El Telégrafo fue muy poco tiempo, debido a que, el país no podía sostener un periódico de este tipo. Se explica que lo que faltaba eran redactores, imprentas adecuadas y de papel. Sobre todo, es destacable que establece que lo que más hacía falta eran personas con interés de leer el periódico cada mañana.

Según (Núñez, 1980) los hermanos Ulloa tuvieron más intentos de crear otros periódicos fue así como insistieron: “en el año 1881 en editar un semanario El Cartaginés, pero fue otro mal logrado” (p.64). Después, como lo explica (Núñez,1980) tuvieron otro intento cuando en el año 1884 un periódico semanal que se llamó El Irazú, que a pesar de la gran cantidad de profesionales de la época con los que contó no logró prosperar debido a la falta de anuncios y lectores.

Asimismo, en este mismo año, 1881, como lo expone Núñez (1980) surge un poeta cartaginés que se llamó Ramón Acuña, padre de Angela Acuña, la primera mujer que estudió derecho. Este hombre escribió varios periódicos, por ejemplo, El Albor, el cual se imprimía en la Imprenta de La Paz. Posteriormente entre el año 1891 y 1892 redactó un periódico al servicio de los intereses de la provincia de Cartago, este tuvo el nombre de El Cometa y en donde se encargó de realizar las tareas de redactor y editor.

Ahora bien, muchos años después se logra identificar un periódico provincial en Cartago. Según Adrián Marrero, miembro del consejo editorial del periódico Cartago Al Día,

en una entrevista realizada el 11 de marzo del 2022 explica cuál es el primer periódico de la historia reciente que se publicó en la provincia:

Ya le tengo la información del periódico claro, por eso yo no me acordaba porque yo nací en 1965 y este periódico que se llamaba La Semana de Cartago, La Semana de Cartago círculo entre 1958 y 1965 y el director era don Jorge Luis Villanueva. Ese es el primer periódico en la provincia de Cartago que le puedo hacer referencia.

Fernando Gutiérrez Coto, corresponsal de La Nación en Cartago, en una entrevista realizada el 3 de marzo del 2022, explica que: “el caso de Cartago Al Día es extraordinario, es el decano regional, ya que desde 1978 está vigente y sigue en su lucha informativa en Cartago”. Con esto, el periodista se refiere al periódico cartaginés más antiguo que continúa con vigencia en la actualidad.

Adrián Marrero, miembro del consejo editorial del periódico Cartago Al Día, en una entrevista realizada el 11 de marzo del 2022 expresa las dificultades que pasó su periódico para poder sobrevivir con el pasar de los años, así como, las diferencias de la prensa-escrita del siglo pasado con respecto a las del siglo XXI:

Bueno, este, claramente los periódicos están muy ligados al comercio. Esa es la forma de subsistir ellos, me parece a mí que este en el tema propiamente de prensa-escrita en el pasado, aunque había menos comercios la prensa-escrita era, además de la radio, eran digamos que las únicas formas divulgarse, entonces, los medios escritos están muy relacionados con la prensa escrita. La evolución ha sido un poco complicada porque si uno habla del siglo XX y uno se contextualiza por lo menos en Cartago Al Día que Cartago Al Día nace en el 78. En el 78, es fácil porque hay un comercio que apoya, no hay gran competencia, no hay en ese momento, me parece era el único periódico. Luego La Nación hizo tres intentos de crear periódicos regionales para lograr quebrar al periódico Cartago Al Día y no lo logró se ha mantenido Cartago Al Día durante años. Luego vino otra etapa que ha sido la creación de periódicos o revistas cantonales que de alguna forma lo afectan, sin embargo, pues ahí se ha mantenido. Luego vino la era digital, que la era digital de alguna forma no solo a Cartago Al Día, sino que, ha golpeado a todos los impresos. Sin embargo, con el caso de Cartago Al Día al ser un periódico que se regala y que se mantiene a base de

publicidad, pues ha logrado sostenerse. Ah, incluso en medio de la pandemia que fue una crisis para todos, pero ha logrado sostenerse. Los periódicos en el tema de objetividad, me parece que siempre han sido, los medios de Cartago, de una u otra forma objetivos y tratando de informar lo mejor posible a la gente.

Fernando Gutiérrez Coto, corresponsal de La Nación en Cartago, en una entrevista realizada el 3 de marzo del 2022 explica que: “El desarrollo no se ha dado, por los limitantes de una publicidad restringida y que prefiere los medios nacionales, pero, aun así, con mucho tesón se mantienen”.

En cuanto al nacimiento del periódico Cartago Al Día, Adrián Marrero, miembro del consejo editorial del periódico Cartago Al Día, en una entrevista realizada el 11 de marzo del 2022 se refiere a su creación de la siguiente manera:

Bueno, Cartago Al Día, se unen dos amigos que eran, Juan Ramón Gutiérrez, que era un periodista muy reconocido de Costa Rica y Ramón Marrero que era Bachiller en Artes Gráficas. Se unen y diseñan un periódico, un diseño adecuado para la época y de ahí nace empiezan a surgir, porque en realidad en ese momento era una necesidad, no había un periódico local en la provincia de Cartago y este luego Juan Ramón Gutiérrez se retira para dedicarse a otras actividades y Ramón Marrero, que es el actual gerente, continúa con el periódico.

Por su parte, Miguel Acuña, propietario del periódico El Guarqueño, en una entrevista realizada el 24 de febrero explica cómo nació la idea de crear un periódico cantonal para El Guarco:

Yo trabajé casi 2 años en Radio América del Grupo Extra. Bueno, en ese entonces cerraron el noticiero de la radio, yo era como de los que tenía menos tiempo de estar ahí. Y diay me quedé sin trabajo, o sea duré varios meses como unos, 2 o 3 meses tratando de buscar trabajo y no conseguía. Diay varia gente también como que me comenzaba a motivar en ese sentido como de aquí no teníamos ningún medio de comunicación, en ese entonces, que porque no di no me lanzaba como al agua, verdad como para intentar sacar ya sea un periódico un boletín o algo por el estilo y se sumó un interés mío personal que tenía porque yo también estudié actuación. Cuando comencé a trabajar en la Extra, tuve que dejar la UCR, díganos votada porque la

dinámica de la U no me dejaba llevar ningún curso. Entonces como que yo dije, bueno, puede ser que sea un buen momento como para retomar ese proyecto y al final me lancé al agua. Como que dije, bueno, voy a voy a intentarlo. Comencé a hacerlo, estaba llevando también como un curso de plan de negocios con el Ministerio de Trabajo y había tomado como base la idea de tener como el periódico. Entonces ahí lo desarrollé y así surgió, a raíz de inquietudes mías, intereses míos personales y también como la motivación de varias gentes que conocía, que me decían que lo intentara. Eso como a nivel general, eso fue en agosto del 2012 fue que salió la primera edición el 4 de agosto del 2012.

Adrián Marrero, miembro del consejo editorial del periódico Cartago Al Día, en una entrevista realizada el 11 de marzo del 2022, explica las diferencias y los cambios que atravesaron los periódicos locales con el pasar de los años en cuanto a su diseño:

El diseño, los periódicos de antes eran más textos que imagen, incluso fotografía. Luego los periódicos evolucionaron, al inicio los periódicos en general, era solo texto, no había fotos, luego evolucionaron a periódico con texto y a blanco y negro. Luego los periódicos solo tenían la portada y la contraportada a full color y el resto era blanco y negro, de hecho, incluso, la publicidad se cobraba, si el anuncio en blanco y negro tenía un valor y si era full color tenía un valor mayor este. Si había una gran mayoría anunciantes que pedían el periódico full color entonces el periódico casi que todo salía en color. Luego evolucionó la era digital, digamos, la forma de imprimir los periódicos, incluso las fotografías y ahora todos los periódicos son full color con fotografías de calidad incluso igual el de Cartago Al Día.

Por otro lado, Fernando Gutiérrez Coto, corresponsal de La Nación en Cartago, en una entrevista realizada el 3 de marzo del 2022 dice que existieron otros medios regionales en la provincia, tales como: “Cartago al Día, también Cartago Actual, El Paraiseño, Noticias de Turrialba, Cartago en La Nación, que ya desapareció, El Pilarico de Tres Ríos, entre otros”.

En la actualidad, los retos siguen existiendo en la lucha por brindar la información con ética y responsabilidad como lo hicieron en siglos pasados. Al respecto Betania Artavia,

dueña del periódico Heredia Hoy, en una entrevista realizada el 4 de marzo explica como luchar por una profesionalización periodística es uno de los retos más importantes:

Que se vuelva a exigir un tema de que haya un periodista al frente de los medios. Gracias a la santa sala cuarta, pues ahora cualquiera puede tener un medio, cualquiera con un teléfono y una cámara, es más, con solo un teléfono que grabe ya tiene, ya se dice periodista y vemos casos de casos y esas cosas son las que manchan el trabajo que tratamos de hacer otros medios, responsablemente. Mientras eso no se logre corregir, la sociedad, cada día va a valorar menos el trabajo de la prensa y va a llegar el momento en que, diay, ya no existamos como medios, ya no existamos como comunicadores y en ese momento la sociedad se va a dar cuenta de que realmente hacía falta una prensa responsable.

Rodrigo Quirós, director del periódico El Monitor, en una entrevista realizada el 3 de marzo del 2022 también describe los principales retos que el visualiza desde su perspectiva:

Eh, yo creo que hay dos cosas, una es la económica, es poder mantener en este momento un medio. Y vamos a ver, la experiencia más concreta nuestra, como te decía, el que paga lo demás, es el periódico impreso, sin embargo, hay muchos periódicos impresos que se están muriendo y están cambiando por la versión digital. Como venden la versión digital, no sé, nosotros te digo sinceramente ocupamos una persona que se encargue de las ventas, no tenemos eso y nos mantenemos un punto equilibrio.

Betania Artavia, dueña del periódico Heredia Hoy en una entrevista realizada el 4 de marzo explica que con el pasar de los años, la imagen que han adquirido los medios regionales va hacia el declive a causa de afinidades políticas:

Quitar la imagen pésima que en medios regionales se han encargado de hacer, medios regionales, sin periodistas al frente, medios regionales que nacen al calor de la campaña política o por intereses políticos de alguien, ese es el principal reto, limpiar esa imagen.

En suma, Rodrigo Quirós, director del periódico El Monitor, en una entrevista realizada el 3 de marzo del 2022, se refiere a la objetividad como otro de los grandes retos

con los que debe lidiar todo comunicador: “mantener también esa objetividad que estás de la que estás consultando, en momentos en que por todos lados salen conflictos. Aquí a veces también, ahora que me pones a pensar en esto”.

Con ello, se establece a los valores que deben ser primordiales en el ejercicio de la comunicación. El director del periódico explica cómo mantenerse centrado a la hora de cubrir conflictos es uno de los mayores retos a los que se enfrenta. Sobre todo, destaca la importancia de este valor como característica de la información que se brinda de manera balanceada con el único interés de informar al público.

Por ello, Rodrigo Quirós, director del periódico El Monitor, en una entrevista realizada el 3 de marzo del 2022 define a la perseverancia como el principal motor para lograr subsistir a través de los años:

Entonces la constancia ha hecho que la gente crea en nosotros, que, sí es cierto que estamos ahí, que sí vamos a salir que sí este. La constancia en el sentido amplio de la palabra es yo creo, lo que ha puesto la base ahí sobre la que estamos nosotros parados ahorita.

Finalmente, se evidencia un contexto profundamente histórico en la provincia de Cartago y su relación con el nacimiento de múltiples medios de comunicación escritos. Con el pasar de los años y a pesar de que los contextos cambien, si se pueden establecer ciertas similitudes, por ejemplo, en cuanto a las dificultades y los sacrificios que enfrentan a diario los medios de comunicación. En estos casos, se da a conocer que la objetividad, la economía y las afinidades con el poder local logran desmejorar una sana divulgación de la información y un manejo estable del medio local como empresa.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se presentarán las conclusiones a las cuales se llegó luego de efectuado el proceso de investigación. Se logra establecer una conclusión por cada uno de los términos planteados. También se proporcionan ciertas recomendaciones para los diversos actores que se encuentran implicados en el presente estudio, por ejemplo, los periodistas y a la propia universidad.

Conclusiones:

- Se concluye que los ciudadanos del cantón de El Guarco tienen una clara percepción sobre el periódico El Guarqueño, siendo esta que es un periódico con una excesiva cantidad de publicidad.
- Se concluye la importancia de los medios de comunicación regionales para las futuras generaciones. Ya que la limitante local facilita a la especialización de la información, así como, la oportunidad de negocio que representa enfocarse en este tipo de emprendimientos periodísticos.
- Se llega a la conclusión de que el dueño del periódico El Guarqueño labora en la Municipalidad de El Guarco y que ese tiempo coincide con los meses en el cual el medio de comunicación no ha circulado de manera impresa.
- Los lectores del periódico manifiestan un interés por la información que va más allá de la noticia positiva y quieren saber más sobre aspectos informativos de más profundidad.
- Los lectores expresan tener diversas necesidades informativas de índole digital. Ellos ven como algo importante que el periódico tenga al menos redes sociales activas en las que pueda informar con más cercanía el diario acontecer del cantón.
- Los lectores guarqueños perciben que existe una afinidad de parte del periódico El Guarqueño con la Municipalidad de El Guarco.
- Los lectores expresan que si es importante tener un medio de comunicación cantonal que les informe sobre lo que sucede en la localidad.
- Se establece que dentro de las necesidades informativas existe un factor geográfico predominante. Específicamente, destacan la necesidad en la cobertura del distrito de

Patio Agua, la cual es difícil acceso. Y también, hay una necesidad por la cobertura de la noticia externa a la localidad que puede llegar a influir en cantón, así como la tropicalización de la noticia nacional al contexto de El Guarco.

- Se concluye que el medio de comunicación El Guarqueño no ha incidido en gran escala en el pensamiento o la vida de los lectores. Esto se relaciona también con las necesidades informativas que se pueden determinar cómo las causas de esa falta de incidencia.
- Se llega a la conclusión de que la provincia de Cartago es cuna del periodismo escrito costarricense y a su vez, se destaca que, existe gran trascendencia de periodismo regional en la provincia cartaginesa.

Recomendaciones

A la Universidad Internacional de las Américas

- Se recomienda a la universidad que vele más por una formación con visión local y cercana. Una visión que se vea reflejada por medio talleres, cursos o como un eje transversal en todas las materias que brinden. Para que, los estudiantes puedan comprender la importancia de la profesionalización de los periodistas en los medios regionales y su vez contemplen la creación de medios locales con calidad ética y responsable.
- También se recomienda a la universidad crear un directorio de medios de comunicación regionales. Esto con el propósito de que, por medio del estudiantado se puedan obtener beneficios para los medios como tal. Es decir, que los conocimientos de los universitarios sirvan para mejorar el desempeño del medio de comunicación a la vez que los estudiantes ganan experiencia.

Al propietario del periódico El Guarqueño

- Se recomienda al dueño del periódico El Guarqueño velar por un equilibrio entre la información y la publicidad, especialmente en la portada. Una de las alternativas que podría emplearse es la utilización de más páginas y de otro tamaño de hojas. De esta

manera, la relación de aspecto con la publicidad reduciría y habría más espacio para publicar más noticias.

- También se recomienda enfocar los esfuerzos hacia una digitalización del medio de comunicación. Según lo evidenciado, es una de las mayores necesidades que exponen los ciudadanos. Además, permitiría una gestión más cercana e inmediata de la información demandada.
- Se recomienda una diversificación del contenido. Esto en cuanto a los temas que les da cobertura, puede ampliarse a hechos de actualidad que tengan un impacto en los ciudadanos. Es importante tropicalizar las noticias de lo que acontece al exterior del cantón de El Guarco debido a la incidencia que esos eventos pueden llegar a tener en la vida de los locales.

A los periodistas de medios regionales

- Se recomienda a los periodistas velar por una rigurosidad de la más alta calidad en el tratamiento de la información. Eso aunado a la importancia de cumplir con un equilibrio entre la publicidad y la información. Siempre manteniendo la firme convicción de que el propósito por sí mismo de un medio de comunicación es informar y no vender publicidad de forma desmedida.

A futuras investigaciones

- Se recomienda para futuras investigaciones tomar de la forma más responsable posible la investigación sobre las dinámicas y el desenvolvimiento de los medios de comunicación regionales. De esta manera, recordar la importancia que estos tienen con el público a causa de la cercanía que los caracteriza.
- Se recomienda a los estudiantes estudiar más a profundidad el tema de los medios de comunicación regionales. Debido a que, son de vital importancia para el futuro de la comunicación y del periodismo porque focalizan y especializan la información que se brinda en una localidad determinada.
- También se recomienda contactar a los dueños de los medios de comunicación investigados para obtener de una fuente primaria la visión de ese actor. Asimismo, es

importante buscar medios de comunicación similares que sirvan de contraste con la realidad del medio en estudio.

- Se recomienda mantener una objetividad como investigador a pesar de que, existe la posibilidad, que se esté involucrado por el hecho de ser habitante del lugar al que pertenece el medio de comunicación investigado.

REFERENCIAS

- Aguinaga, E. (2001). Hacia una teoría de periodismo. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (7), 241-255.
- Álvarez, F. (2008). *Comunicación en la sociedad red: la construcción mediática de la realidad*. Agenda-setting, área de impacto y opinión pública. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2709338>.
- Álvarez, J. (2012). Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas. *Documento de trabajo 2*.
- Asamblea General de las Naciones Unidas. Artículo 1º. 10 de diciembre de 1948.
- Asociación de Periodismo Colaborativo Punto y Aparte. (s.f.). Directorio. *Directorio de medios de comunicación de Costa Rica*. <https://www.puntoyaparte-ca.com/directorio-de-medios-de-comunicacion-cr/>.
- Azuero, A. (2019). Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 6 (8), <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v4i8.274>.
- Barranquero, A. (2018). El Periodismo Social como área de especialización, perspectiva de reforma y cultura profesional. Una revisión de conceptos y debates. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 25 (2). <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.64794>.
- Blen, A. (1983). *Historia del periodismo*. San José: Editorial Costa Rica
- Boladeras, M. (2001). La opinión pública de Habermas. *Anàlisi, Quaderns de comunicació i cultura*, (26), 51-70.
- Carrasco. E. (2003). *Recuento Histórico del Periodismo*. Distrito Federal: Universidad Politécnica.
- Centro de Información Jurídica en Línea. (s.f.). *Informe de Investigación CIJUL. Tema: Libertad de Prensa*. <http://cijulenlinea.ucr.ac.cr/condicion.htm>.

- Chavarría, L. (2010). *Factores fundamentales de la planificación estratégica para el desarrollo y sostenibilidad del periodismo comunal: el caso de San Ramón de Alajuela* (Trabajo Final de Graduación para optar por el grado de Maestría en Administración de Medios de Comunicación con mención en Administración de Empresas de Comunicación). Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica.
- Com, S., Ackerman, S., y Morel, M. (2011). *Introducción a la comunicación*. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouia/7624>.
- Corrales, F y Hernández, G. (2009). La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. *Razón y palabra* (70), <http://www.razonypalabra.org.mx/>.
- David, S. (2009). Alternativas comunicativas: ¿qué son los medios de comunicación alternativos? *Cinzotle*, (2), 10-14.
- Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión. Artículo 1º y 2º. Octubre del 2000.
- del News & Observer. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 151-160.
- Delgadillo, N. (2008). Libertad de Acción y Pensamiento. *Derechos Humanos y Acción Defensorial*, 1 (3), 61-72.
- Espinoza, G. (2004). El Periodismo regional: el caso del semanario "El Faro del Callao". *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*, 7(120). 1-16.
- Fontcuberta, M. (1997). La identidad regional de los medios. *Cuadernos de información* (12), 45-50.
- Fundación Gabo. (2018). Consultorio Ético. *¿Qué es el periodismo?* <https://fundaciongabo.org/es/consultorio-etico/consulta/1763>.
- Gárate, R. (2013). *Ética y Libertad*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- García, S y Gonza, A. (2007). *La libertad de expresión en la jurisprudencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos*. San Pedro: Corte Interamericana de Derechos Humanos.
- Geomedios. (s.f.). Base de datos. *Base de datos*. <https://geomedios.fcs.ucr.ac.cr/inicio/ubicamedios/>.
- Gonzales, J. (2009). Modelos de periodismo local y estrategias ante la crisis: el caso

- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*.
<http://www.ocw.unc.edu.ar/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion-1/teoria-de-la-comunicacion/actividades-y-materiales/modulo-2>.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2021). *Censo Piloto El Guarco 2020*.
<https://www.inec.cr/sites/default/files/presentacion-multimedia/recensopiloto2020-ppt.pdf>
- Jacquemin, J. (2000). La Libertad: Condición de los Derechos Humanos. *Convergencia*, 7 (22), 143-158.
- Jacquemin, J. (2000). *La libertad: Condición de los Derechos Humanos*. Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Jiménez, A. (2010). La misión del periodismo en José Martí. *Inter sedes*, 11 (21), 136- 146
- Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo: Todo lo que los periodistas deben saber y los ciudadanos esperar*. Aguilar.
- Lewis, P. (1995). *Medios de comunicación alternativos: La conexión de lo mundial con lo local*. Francia: UNESCO.
- Llobet, L. (2006). ¿La función social del periodismo o periodismo social? *UNIREvista* 1 (3). 1-11.
- López, N. (2020). *Impacto del Programa Sello de Garantía del Colegio de Periodistas de Costa Rica, en el Desarrollo de los medios regionales, locales y especializados, durante el segundo semestre del 2019* (Tesina para optar por el grado de bachillerato en periodismo). Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica.
- Municipalidad de El Guarco. (s.f.). Acerca. El Cantón. *Posición Geográfica*.
<https://muniguarco.go.cr/index.php/acerca/el-canton/44-posicion-geografica>.
- Natta, P., Peloiso, E., Ramello, H., y Carro, P. (2008). *Teoría(s) de la Comunicación*
- Núñez, F. (1980). *Periódicos y periodistas*. San José: Editorial Costa Rica.

- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (s.f.). *Themes. Libertad de Prensa*. <https://es.unesco.org/themes/libertad-prensa-medios>.
- Periódico El Guarqueño. (s.f.). *Información* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 20 de febrero de 2022 de <https://www.facebook.com/Periodico-El-Guarque%C3%B1o-209563489170053>.
- Petrone, F. (2009). Estudio de agenda setting: Conceptos, metodología y bordajes posibles. *V Jornadas de Jóvenes Investigadores*. <https://www.aacademica.org/000-089/234>.
- Price, V. (1992). *Public Opinion*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Quesada, E. (2019). Un siglo de prensa regional costarricense. Una aproximación preliminar (1850-1950). *Anuarios de Estudios Centroamericanos*, 45, <https://doi.org/10.15517/aeca.v45i0>.
- Ramírez, L. (2020). *El manejo de la información de la elección municipal del cantón de Puntarenas 2020 por los medios de comunicación regionales de la zona* (Tesina para optar por el grado de bachillerato de periodismo). Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica.
- Real Academia Española. (2022). Diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es>.
- Reporteros sin Fronteras. (2021). Clasificación 2021. *Clasificación 2021*. <https://www.rsf-es.org/clasificacion-mundial-2021-tabla-de-paises/>.
- Sánchez, S. y Sánchez H. (2011). *El Periodismo en la cercanía a través de lo local*. <http://hdl.handle.net/11441/47451>.
- Universidad de Zaragoza (s.f.). Programa Spinup. *Aproximación al concepto de Periodismo Comunitario*. <https://spinup.unizar.es/aproximacion-al-concepto-de-periodismo-comunitario>
- Ureña, L. (2013). Periodismo comunitario en Costa Rica: la información en manos de la ciudadanía. *Rupturas*, (4), 2-23.
- Ureña, L. (2013). *Periodismo Comunitario en Costa Rica: la información en manos de la ciudadanía*. Trabajo final de graduación para optar por el grado de Máster en Administración de Medios de Comunicación con énfasis en

Tecnologías de la Información y la Comunicación. Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica.

Apéndices

Entrevista semiestructurada (Periodista Miguel Acuña, dueño periódico El Guarqueño)

¿Cómo surgió la idea de crear este medio de comunicación?

Okay, vamos a ver, yo creo que la idea surgió paralelamente del hecho de que me había quedado sin trabajo. Yo trabajé casi 2 años en Radio América del Grupo Extra. Bueno, en ese entonces cerraron el noticiero de la radio, yo era como de los que tenía menos tiempo de estar ahí. Y diay me quedé sin trabajo, o sea duré varios meses como unos, 2 o 3 meses tratando de buscar trabajo y no conseguía. Diay varia gente también como que me comenzaba a motivar en ese sentido como de aquí no teníamos ningún medio de comunicación, en ese entonces, que porque no di no me lanzaba como al agua, verdad como para intentar sacar ya sea un periódico un boletín o algo por el estilo y se sumó un interés mío personal que tenía porque yo también estudié actuación.

Cuando comencé a trabajar en la Extra, tuve que dejar la UCR, digamos votada porque la dinámica de la U no me dejaba llevar ningún curso. Entonces como que yo dije, bueno, puede ser que sea un buen momento como para retomar ese proyecto y al final me lancé al agua. Como que dije, bueno, voy a voy a intentarlo. Comencé a hacerlo, estaba llevando también como un curso de plan de negocios con el Ministerio de Trabajo y había tomado como base la idea de tener como el periódico. Entonces ahí lo desarrollé y así surgió, a raíz de inquietudes mías, intereses míos personales y también como la motivación de varias gentes que conocía, que me decían que lo intentara.

Eso como a nivel general, eso fue en agosto del 2012 fue que salió la primera edición el 4 de agosto del 2012. Comencé a trabajar como dos meses antes digamos sobre la idea sondear un poco y qué nombre le ponía porque no quería ponerle El Guarqueño, verdad porque dije generalmente y lo más trillado como que en todo lado: El Coronadeño, El Desamparadeño, ¿verdad? Pero, cuando yo comencé a tocar las puertas en los locales comerciales, llegaba y decía que tenía el interés de tener que desarrollar como un periódico tipo boletín, porque en realidad tenía un formato como de boletín nunca fue como periódico, aunque así lo llamara, y la gente me decía: “Ah, es para El Guarqueño, ¿verdad?” Y eso me pasó muchas veces y en muchos locales, entonces yo dije no puedo nadar contra corriente, tengo que ponerle El Guarqueño, o sea, no le iba a poner otro nombre porque la misma gente lo nombraba.

Entonces digamos por ahí, aunque yo no quería, yo creo que fue un acierto, digamos como para posicionarlo un poco, ahí en la gente yo creo que era de fácil que los retuvieran, verdad como fácil, precisamente por esta dinámica, verdad que hay como como con los medios de comunicación locales. Y al final día sí lo lancé, o sea, como el periódico El Guarqueño.

¿Cuál es el principal objetivo del medio?

Para empezar de que estemos a la par, desconocemos, precisamente, cuál es el trabajo que hacen las organizaciones en Tobosi, en Tejar y en Barrancas, no sé, por mencionar algunas comunidades cercanas y me interesaba también como visibilizar personajes de las comunidades.

Y me fui siempre más como como esa línea comunal, de buenas noticias, que era lo que quería rescatar porque yo creo que ya hay como demasiada mala noticia como a nivel general en los noticieros y creo que también como cansado un poco, tal vez, de tanta información digamos como que chocante también y quería cómo rescatar un poco a nivel comunitario. Y nada comencé de eso, ir a tocar puertas por local, a ofrecer si les interesaba pautar. Lo que hice fue cómo hacer paquetes de pauta, por lo menos como para asegurarme, pautas de tres a seis meses no nunca la manejé por año porque me daba miedo como la incertidumbre de no sé si el otro mes me va a alcanzar para pagar la impresión. Entonces siempre decía, bueno, trabajamos de tres a seis meses, entonces, ahí me iba a asegurando como como la constancia de los locales. Que más allá también de generar como un ingreso económico para mí este en el inicio y pues evidentemente lo tenía verdad porque no tenía trabajo, entonces también, quería buscar como un medio de ingreso. Que poco a poco se fue como como diluyendo con el paso de los años. Diay era eso, o sea tener como un medio acá y nada, o sea, fue como bastante recibido bien recibido como por la comunidad, yo creo y por el comercio, porque en realidad como que se mantuvo como con bastante pauta los primeros años. Y después hice contacto como como organizaciones comunales como para presentar el proyecto para que supieran que sí que podían como contar con un espacio cada vez que tuvieron alguna actividad benéfica que desarrollara en algún proyecto en la comunidad.

Y lo que hice fue también enlazarme como con líderes comunales, que son precisamente los que conocen la dinámica de las comunidades y los personajes que hay en cada comunidad. Entonces por ahí fue un poco como lo fui aterrizando y desarrollando al menos durante los

primeros los primeros meses, que necesitaba como que si se viralizará, digamos, de cierta manera, un poco para que la gente supiera eso sobre el proyecto. De ahí era igual desarrollando como algunas notas al mes, la mayoría cosas inactuales dentro de lo que cabe. Porque, además, para poder anunciar alguna actividad tenía que hacerle entender a la gente que era mensual que tenía, o sea que quería anunciar alguna actividad que iba a desarrollar en la comunidad tiene que avisarme desde un mes antes para poder anunciar, verdad el mes que se iba a desarrollar.

Generalmente siempre me enfoqué en la parte impresa porque en ese entonces creía que la parte digital era complicada, verdad de cierta manera. A pesar de que no somos un pueblo tan o un cantón rural de cierto modo creo que estamos ahí, como variado un poco, a mí se me hacía como complicado posicionándome como en los comercios, el hecho de venderles un espacio que no era tangible, como para ellos, no era lo mismo ver el anuncio ahí en alguna página desde el papel, verdad, diay a nada más publicarlo en Facebook y que ahí estuviera. Entonces yo creo que también eso como que creo que ayudó a que sobreviviera digamos que bastante tiempo y a la gente le gustaba eso. Yo creo ver como el anuncio ahí y el hecho de que fuera gratuito en algún momento también que, si le ponía algún, aunque fuera así 100 colones 50 o 200 o no sé, pero creo que a nivel de logística también se iba a complicar un poco porque necesitaba también como el compromiso de los locales para que lo asumiera lo tuvieran y lo vendieran. Pero siempre tuve como un temor ese de que la gente lo iba a comprar. Para mí era una fortaleza también decide el comercio, es gratis y, o sea, estamos seguros de que la gente se lo va a llevar, que no el otro mes voy a pasar y vendieron uno y dejé 50 y la gente no vio el anuncio que en realidad es lo que le interesaba que los a los comercios.

¿Cómo describiría al periódico El Guarqueño?

Yo creo que ya le comenté un poco, verdad, o sea, este sí, yo creo que no tengo más que decir que dijo tener un medio digamos que visibiliza lo que estábamos haciendo aquí las organizaciones y las comunidades, yo creo que iba más en ese sentido.

No siempre dice siempre había yo creo que en realidad uno como que siempre se pasa cuestionando algunas cosas, quizá no tan polémicas porque a pesar de que de que digamos te

comenté que me fui más como por el por ese lado de ver las noticias también saqué ciertas notas de denuncia.

Que se convertían, o sea, que generaban polémica, verdad como en las comunidades o en el gobierno local. A mí nunca me ha gustado como ese tipo de periodismo que se posiciona, verdad y qué quiere ser todo este debate y atacar y, o sea, no nunca me ha interesado como esa parte. Pero si se acaba a veces notas polémicas muy rara vez, eso sí, este, pero sí, o sea, como, que pasaba por alguna comunidad y decía “¡Ah, mira!, qué vacilón este eso me puede servir”. La mayoría de cosas era porque yo constantemente como veía anuncios de alguna actividad veía algún proyecto y yo las buscaba, aunque poco a poco la gente también me fue, me comenzó a buscar. Como que quería, que mira, estamos haciendo eso no nos puede sacar una nota o me llamaban para decir es que tenemos tal cosa, cuánto vale y yo no, no vale nada porque es una nota informativa. Yo nada más cobro obviamente lo que es como la pauta, pero sí creo que era la constante búsqueda mía, en general, de diferentes temas. También contactó al menos digamos como con la Municipalidad que me parecía que si fuera porque yo hubiese querido y podía llenar El Guarqueño de notas municipales porque siempre había información de interés, cosas que cuestionar o comunicar o así, pero sí, era como cosa mía de estar como siempre buscando, no. O sea, no le voy a negar digamos que a veces yo decía putica, o sea que voy a meter este mes no tengo mucho. Entonces lo que también fui haciendo era que casi yo siempre tenía un cliente que tenía una óptica que constantemente pautaba, le ofrecía un espacio para que hiciera algún artículo era o alguna psicóloga y así cualquier especialista por el estilo, este para que desarrollara como algún artículo y también llenarlo como formación un poquito como variada en ese sentido.

Okay, bueno, le decía que, bueno, es un medio de comunicación que nació desde una idea personal motivada por intereses personales, y de algunos amigos cercanos que le brindaba la oportunidad a las comunidades, a las organizaciones, a las a las fuerzas vivas comunitarias de cómo no sé un espacio para poder comunicar sus proyectos, visibilizar los trabajos, no sé cómo es eso, o sea, es que siempre digamos que, aunque parezca lo reiterativo, pero siempre como que mantenía siempre esa dinámica.

¿Cuál es su público meta?

Sí, de cierta manera sí sabía que no era medio para adolescentes, o sea, definitivamente. Iba más enfocado como a como a amas de casa y personas mayores, digamos, adultos y adultos mayores, precisamente por la dinámica y por la información que iba ahí. No era para nada atractivo, creo como para gente joven, en realidad no sé siempre como que iba hacia ese sentido o al menos siempre yo lo planteé así creí como que el contenido era funcional como para ese tipo de la población.

¿Cuál es la visión y la misión del periódico?

¡Uy! Tendría que revisar el documento que tengo del plan de negocios para decirle porque le miento, o sea, le miento, eso lo revisé los primeros meses y ya. También por lo que le comentaba de que prácticamente ahorita no ha estado tan activo. No sé si avanzamos y buscó para ahorita darte la darte esa información, sí.

¿Puede explicar detalladamente la manera en la que está construido su periódico?

Yo creo que eso fue cambiando, digamos los primeros meses salía de 16 páginas con el paso de los años bajó a 12 y los últimos años que estuvo impreso era de 8. Siempre sacaba una nota, digamos la nota más importante del mes como portada y había anuncios en la portada, digamos y otros títulos ahí como que consideraba y relevantes, siempre variado digamos, siempre había nota municipal, siempre había notas comunales. Durante los primeros años fue más constante que estuviera sacando una nota de una semblanza, digamos, de algún personaje, que desarrollará que ese yo alguna actividad artística o cultural o deportiva o porque fue algún líder comunitario, y los iba mezclando, o sea, como que de intercalaba nota con publicidad, rara vez como que mantenía una sola página de publicidad, porque siento que es más fácil de que la gente dure menos tiempo, verdad, se ve todos los anuncios y lo pasa. Creo que siempre era consciente de mantener una nota y al lado publicidad porque la gente mientras lee por lo menos está ahí siempre viendo como los anuncios, no siempre hice editoriales traté de mantenerlos mucho tiempo, pero no siempre, llegó el momento como que los obvié.

Generalmente trataba de sacar como notas deportivas también, Pero digamos eso, iba ahí, como mezclado trataba de que estuviera dentro de lo que cabe un poquito variado, pero siempre, o sea, siempre pensaban cosas municipales, comunales. Y comunal eran tanto proyectos que realizan las organizaciones, como actividades a beneficio de algo.

¿Cómo maneja el nivel de publicidad en balance con la información?

Yo creo en que en los medios locales la publicidad es fundamental, porque es la manera de sostener los medios, o sea, así sea un anuncio pequeñito, digamos que, en mi caso el anuncio más pequeño valía 5,000 colones que era un cuadrito como de 6 x 4 y medio. Siempre se le va a dar prioridad a la publicidad porque, yo no tenía pautas oficiales, como que fueran, que se yo, que la Municipalidad me pagará a mí, mes a mes, una página. Yo no podía contar con eso de hecho que por mucho tiempo la Municipalidad me pautaba una o dos veces al año digamos, no dependía precisamente de esas pautas que de cierta manera pueden ser grandes y que tienen como otros periódicos qué sé yo como Cartago Al Día que o sea, hace unos años atrás, uno lo veía y venían cinco anuncios de la Municipalidad de Cartago, venía una portada venía uno en la página 2 venía, ¿verdad? Eso por sí solo prácticamente hace que se mantenga este medio. Nunca se me llenó de pauta porque sería mentirle, digamos este, pero si trataba de darle prioridad a la pauta y tratar de complacer, porque a veces sí tenía gente como que me decía, sí, yo quiero el anuncio, pero lo quiero que salga en la portada, entonces yo siempre trataba hasta cierto punto de no comprometerme con locales, porque lo que quería era también como darle oportunidad a los comercios entonces, por ejemplo, cuando me compraba un paquete de 3 meses, si era color digamos como el tamaño de una tarjeta representación que era para mí un octavo de página uno de los meses iba en portada y los dos meses iban en cualquier otra página a lo interno. Entonces como que trataba de movilizar en ese sentido este ni para darle chance como a todos, pero también tenía gente que me decía en portada o no le pauto, entonces era como de valorar, si podía de verdad comprometer en mantener no sé un centillo en la parte superior durante cierta cantidad de meses, este porque sea como sea 5,000 10,000 15,000 colones, no sé lo que costara la pauta, era importante para mantenerlo, verás este además porque el proyecto y yo siempre lo tuve prácticamente solo entonces yo era el que vendía la publicidad, yo era el que hacía la notas, él que repartía, el que cobraba, el que todo, tenía un amigo que es diseñador que siempre me metió ahí como el hombro, pero era como y porque le gustaba también como la idea y el medio entonces como que simbólicamente cuando él me hacía los artes, yo le pagaba algo, pero simbólico, verdad este, pero sí o sea.

Los salía a buscar más que todo al inicio, este sí, fue como más al inicio y la gente allí prácticamente se mantuvo mucho tiempo y entonces cómo lo veían, ya después me

comenzaron a contactar y a contactar. Este yo prácticamente en los 8 años no, no salí como mucho tiempo ofrecer pauta porque no me alcanzaba el tiempo o porque tenía también otras prioridades, digamos este que iba desarrollando como paralelamente u otros trabajos además me comenzaron a salir este que iba teniendo ahí como paralelamente. Yo creo que además de cierta manera eso fue como una debilidad mía no ser tan constante en la parte publicidad. Diay porque posiblemente digamos ahorita tal vez estuviera imprimiendo otra vez y estuviera circulando verdad, pero este y me he ido como por otras áreas y he tenido que priorizar de cierta manera y el periódico digamos que ha sido un poco sacrificado en ese sentido. Sí, pero bueno, ahora que me que me decía lo de las notas, siempre fue, o sea la pauta trataba siempre de que estuviera la mayor cantidad de pauta, al menos que me salía nunca lo rechace a nadie, digamos una pauta prefería en todo caso desplazar una nota de un mes a otro digamos, tal vez la más inactual de todas este para darle paso al día la pauta. Pero eh, generalmente salían entre 7 y 10 notas, digamos de diferentes tamaños, o sea, fuera una cosita pequeñita tal vez algo que tuviera una página y media o dos páginas.

¿Cuáles son las fortalezas y las debilidades que observa en el medio de comunicación?

Que era el único medio impreso en el cantón. que no tenía ningún costo y que era de fácil acceso para las personas y que era información positiva que le brindaba la oportunidad a las comunidades de visibilizar el trabajo que se estaba realizando y que las organizaciones podrían tener un espacio sin tener que pagar, o sea que era accesible, digamos nada más de realizar un con el contacto. Digamos, les doy una llamada y ya.

Bueno, creo que fortaleza, así de las más importantes, era precisamente que lo desarrollaba de una persona profesional, no era digamos que un aficionado que quiera hacer contenido ahí por nada más. Entonces yo creo que, por ahí, diay tenía el criterio suficiente como para generar contenido que me interesaba, verdad, con el enfoque que ya te comenté. Entonces la información sí, siempre tuvo siempre fue la primera mano, o sea, nunca nunca nunca nunca nunca tuve que inventar algo para publicar esto ni publiqué nunca rumores de nada, o sea, siempre era información diferente.

Ahora sí, debilidades que fuera una sola persona que tuviera el proyecto, yo creo que de cierta manera a pesar de que para mí era, era claro el enfoque del medio creo que la gente de cierta

manera también le interesa cosas polémicas y le interesa que se cubran ciertos temas, que tal vez yo no lo hacía, por el motivo que fuera, digamos principalmente a nivel municipal, porque por ejemplo la gente está muy acostumbrada de criticar y criticar, verdad y no involucrarse nunca nada y depositar en nosotros la responsabilidad y muchas veces responsabilidades que son compartidas entre autoridades y las comunidades o uno como ciudadano. Entonces posicionándome digamos desde ese lugar. Yo creo que tal vez a la gente, diay posiblemente le habría gustado como que cuestionar más que si yo como accionares municipales ciertas personas, ciertas dinámicas que se generan como a nivel político y ese tipo de cosas más a nivel local que a mí en realidad como que no me interesaban tanto. Pero bueno, digamos que tal vez por ahí pudo haber una debilidad este con ese tipo de información. Tal vez potenciar o explorar mala parte digital, yo creo que es una debilidad bastante marcada, digamos y más ahorita.

Debilidades lo único que había puede ser como falta involucra a comunidades que eso también era importante. Generalmente yo me enfoqué mucho en Tejar, San Isidro y Tobosi, Patio de Agua me costaba mucho precisamente por la distancia, como que me costaba mucho tener contacto con la gente, de mandar el periódico allá de comunicar que era lo que se estaba ocurriendo una comunidad, pero era por eso, la distancia este no era lo mismo digamos ir posicionando las cosas acá en Tejar en San Isidro que era como lo más cercano, donde además, yo me movilizo a y tengo obviamente el contacto así como de referencia a las organizaciones. Allá, de ellos no sé cuánto tiempo después se dieron cuenta que existía El Guarqueño hasta después de que yo pude comenzar a mandarlo, de invitar a la misma gente que por favor, si tienen alguna actividad me pueden contactar y verdad, entonces como que eso me costó un poco y no siempre ocurría, o sea, era como rara vez que además la misma comunidad me contactaba como para algo tenía yo como que andar como más alerta, verdad, para ver aquí, mira va a haber algo Patio de Agua, en Caragral, entonces como que trataba de buscar, porque si costó mucho en esos lados como que la gente me contactara a mí, que no pasaba lo mismo acá, verdad en el centro, o sea que sí, la dinámica era como un poco diferente.

¿Me puede explicar por qué ha decidido no continuar en estos últimos meses con el periódico impreso? ¿Es porque planea cerrar el periódico como tal o todavía no tiene claro el futuro del medio de comunicación?

Yo creo que se han ido sumando varias cosas en parte descuido mío y la pandemia llegó a afectar y cuando hablo de descuido es porque, me he enfocado como mí que hacer en otras áreas, o también cosas de comunicación y he descuidado que digamos el periódico, entonces como que llegué al punto de que no fuera mi fuente de ingreso principal, diay porque tenía digamos que trabajo con otras instituciones y bueno, yo decía bueno, el periódico se mantiene, o sea salgo a tablas, por lo menos puedo pagar la impresión, puedo apagar la gasolina para repartir, puedo pagar el diseñador y ya. Entonces por eso no salía, yo a ofrecer publicidad y eso en realidad yo creo que fue generando cierto daño en el medio porque no me podía como a partir en cuatro. Con la pandemia claro, comenzaron a cerrar los locales cierto tiempo, los locales comenzaron a decirme mira, vamos a ver el otro mes a ver qué tal. Diay obviamente la pandemia, no fue cosa de que se acabara rápido. Entonces, claro si apenas me estaba dando para pagar y los locales se están dejando de pautar y yo decía bueno, esto va a existir hasta... siempre tuve claro eso, esto va a existir hasta que se pague por sí solo.

Rara vez yo tuve que poner de mi plata para que circulara, o sea y si tenía que poner era como me faltaron 10.000 colones 15,000 colones, entonces lo ponía, pero nunca tuve que hacer como una inversión yo grande para que sobreviviera. Bueno, y la pandemia obviamente lo afectó digamos porque apenas estaba sobreviviendo. Entonces como que yo dije voy a dejarlo de sacar impreso, o sea, que un mes digital y después dije voy a comenzar a compartir nada más información en Facebook y a ver qué va a pasar con la pandemia y me quede ahí, este bueno, yo trabajaba con una agencia comunicación entonces como que me quedé en eso y con otras cosas digamos como nivel artístico. Después me salió otro trabajo. Bueno, yo ahora trabajo en la municipalidad. Ya eso es como fue como una decisión más personal digamos, de cuando me salió la oportunidad de trabajar en la municipalidad, pues tuve que valorarlo porque además tenía el trabajo en la agencia de comunicación que era un trabajo bastante estable y ya tenía bastante rato de estar, pero al final me eché al agua digamos porque en la municipalidad yo soy el gestor cultural, pero trabajo cosas de comunicación como recarga por el perfil que yo tengo. Fue una decisión más personal del hecho de que yo decía bueno, puedo tener como mayor crecimiento, puede visibilizar más mi trabajo mezclar las dos áreas que me gustan y que además he trabajado por los últimos años. Y en la agencia no, no querían que me fuera, o sea, era como que no, no sé qué, entonces yo les propuse trabajar medio tiempo. Eso ya en mayo va a ser 2 años y bueno, he tenido los dos trabajos, entonces el gran

sacrificado ha sido el periódico porque no, o sea, no me da el tiempo para eso, he tratado de mantener ahí algunas publicaciones, pero cada vez las he hecho con menos frecuencia más bien, quise en algún momento, apostar como por otro enfoque más hacia el turismo local, mantenerlo como como medio digital, pero sí más como este tipo de cosas este turismo local y un poquito como para aportar en la reactivación ahí como económica de los comercios, pero no, no he despegado la idea.

¿Visualiza un cierre?

No sé, no sé, yo creo que estoy como en un proceso de duelo. Todavía digamos porque ni no fue no fueron dos meses, o sea, fue tamaño poco fueron casi 100 ediciones las que salieron, No quiero dar el salto como a cerrarlo o a transformarlo o a intentar continuarlo.

¿Por qué no decidió migrar a la digitalización?

Yo creo que por la percepción que yo tenía de los comercios, digamos de la dinámica del comercio, pero era percepción, porque nunca les ofrecí o al menos nunca sondeé que tanto interés había de ellos también para juntar digitalmente.

Yo sentía como que en realidad ellos querían ver el periódico impreso y como que de cierta manera me quedé ahí, o sea, y me limité, además a la página de Facebook no ir más allá, entonces como que mantenía ciertas publicaciones, además de lo que salía circulado al mes. Lo único que hacía era la edición impresa y la subían digital, pero nada más. Sí hacía ciertos posteos y cubría ciertas actividades, pero las cubría, además, por tratar de tener más seguidores, que me costó mucho, digamos sí, aumentando ahí poco a poco la cantidad de seguidores, pero me agarraba, que sé yo de una carrera, de la Inmaculada, digamos que era la carrera más conocida de acá, para ir a tomar fotos a los corredores y publicarlas. Entonces como que ese tipo de actividades, Festival de la Luz, hacía como que me llegaran 200 o 500 seguidores a la página.

Pero yo creo que era eso, o sea la percepción que yo tenía quizás tal vez un poco de miedo de ver que va a pasar. Como las conversaciones decían que la gente se lo llevaba y todo como que me limite y me quedé ahí estancado y por el tiempo que le estaba también como comentando.

¿Cómo manejo la relación con la autoridad municipal, en algún momento lo increpó o no?

Sí, sí, pero digamos, yo creo que siempre fue manejado de una manera bastante pacífica digamos, si le cuestione como cosas al alcalde y o sea, no solo porque a mí me generaban inquietud, sino porque las mismas comunidades a veces me decían, verdad, este que les interesaba tal cosa. Dame un segundito.

Ya, perdón, este sí, eso, o sea, eh sí, cuestioné digamos, diay esperaba como respuestas, pero tampoco era como que generaba ciertos ataques. A veces, yo creo que la gente no, a veces me costaba, conseguir reacciones, por ejemplo, en El Guayabal, nada más por algunas de las de las publicaciones polémicas, una vez la directora que estaba en El Guayabal en ese entonces, falsificó la firma del presidente de la Junta de Educación y el señor ya había muerto, para sacar dinero entonces, diay yo lo publiqué, o sea, con nombre y apellidos y traté de buscar a la señora y nunca me atendió. En esos casos la bueno el MEP lo que hace es remover a los directores, no los corre, porque la comunidad obviamente se pone contra y la terminaron mandando allá por Orosí, por Palomo a la directora y mandaron otra.

Pero digamos que cumplía cierta parte y cierta responsabilidad también de servicio, obviaba, posiblemente algunos temas por el motivo que fuera en su momento. Pero si se hicieron algunas publicaciones, que tal vez en algún momento y el alcalde, o sea, se molestaba hasta cierto punto, de que le cuestionara sobre algún tema, de que publicará tal cosa, verdad y me decían, pero, yo lo hacía, o sea, tenía que hacerlo. No era constante eso sí, digamos ese tipo de noticias, pero sí, varias oportunidades, si se hicieron se hicieron algunas publicaciones así.

Entrevista semiestructurada (Periodista Rodrigo Quirós, dueño periódico El Monitor)

¿Podría describir su periódico de forma amplia?

Mi nombre es Rodrigo Quirós y soy diseñador gráfico y cofundador y productor del periódico El Monitor. El monitor es un periódico que tiene ya 15 años, cumplimos ahora en abril de este año, 15 años. Es una producción que hacemos una vez al mes, periódico que se distribuyen 5000 ejemplares de forma gratuita en Curridabat

Durante estos 15 años no hemos fallado un solo mes incluso tuvimos alguna etapa en la que producimos cada 15 días y en todo este lapso de que tenemos de hacer la producción, yo siempre me he encargado del diseño gráfico, pero también de la producción de la producción de pues de encargarme de la impresión y de las y también digamos de la administración, verdad de las ventas de publicidad y de los cobros de toda esa parte administrativa. Recientemente porque hemos tenido varios movimientos ahí de compañeros de compañeros hace 3 años entonces ahorita estoy yo asumiendo la dirección del periódico.

El periódico es nuestro producto estrella, pero, en realidad, nosotros tenemos una visión de prestar un servicio a la comunidad, con mucho respeto, verdad, con mucha transparencia y con mucha responsabilidad. A través del periódico es que empezamos también tenemos otros servicios, verdad. Tenemos una página web. Tenemos noticias. Tenemos otra página web, digamos comercial que lo que hace es publicar anuncios, es como un directorio comercial, es un proyecto nuevo que realmente estamos tratando de impulsar, tenemos una página de Facebook como el periódico es mensual ,entonces en la página de noticias es mensual y además, tiene 12 páginas entonces es un periódico pequeño, entonces la información tiene que ser muy bien seleccionada y tiene que ser inactual, entonces en la página web si ponemos algunos artículos más grandes, se desarrollan temas más extensos y en la página de Facebook y algunas cosas que sí son completamente actuales. Entonces tratamos de hacer eso como te digo con mucha responsabilidad y con mucho respeto hacia la gente de la comunidad y tratando de generar, nosotros llamamos así, generar comunidad o hacer comunidad.

Aquí la idea es una comunicación que sirva a la población como una forma de educarnos todos y de buscar un desarrollo cultural para la sociedad que sean digamos más más equitativo. ¿Por qué esto? Bueno, porque ya no nosotros llegamos Curridabat tiene ambos extremos verdad, de los extremos sociales, verdad, de categoría sociales, ya tenemos gente muy pobre y tenemos varios que son de los estatutos más bajos, o sea la palabra y también tenemos gente digamos que vive en la mayor opulencia, cosas que uno a veces le cuesta esta imaginar. Entonces todo ese rango de estilos de vida de personas y de culturas y todo eso.

Tratamos de que a todos se les trate igual y tratamos de dar oportunidad a todos, verdad, en el acceso a la comunicación. Y también de una forma responsable porque no solo por el

acceso, sino también por el tipo de información que nosotros tratamos de dar, por ejemplo, no cubrimos sucesos, porque ya hay medios de comunicación nacionales que se encargan de eso y que lo hacen digamos dentro de lo que es dentro de lo que eso significa ese tipo de productos lo hacen muy bien. No es nuestro interés. Después, bueno, hay otra cosa que es muy importante todos los que estamos vinculados con el periódico trabajamos en otra cosa, tal vez yo soy el que invierto más tiempo en el periódico pero, este todos los demás son colaboradores, entonces hay algún grupo de gente que a veces recibe, tenemos la posibilidad algunos meses de reconocer monetariamente algunos servicios. En términos generales el equipo digamos que puede ser una 10 personas este lo hace de forma voluntaria entonces, eh, el periódico, por ejemplo, tratamos de compartir.

Parte de nuestra visión es compartir las noticias y compartir los acontecimientos más relevantes Y también, eh, de alguna forma colaborar porque esto ya es una colaboración mutua, verdad con el sector productivo con las empresas del cantón con más pequeñas sobre todo digamos como las pequeñas, las grandes empresas, pues por supuesto que son bienvenidas, digamos para nosotros eso no se puede negar, ¿verdad? Porque esto es un negocio, al final de cuentas este no, no podemos hablar de eso. Pero nos interesa mucho el apoyo, entonces pequeños empresarios, igual que nosotros y entonces esa colaboración que se hace mediante esas alternativas diferentes que te conté de todos esos productos, como te decía el periódico es el producto estrella, porque más viejo es el más estable y es el que financia lo demás, o sea, del periódico se paga, por ejemplo, lo que vale tener esas dos páginas web que te conté. El periódico requiere digamos una producción que si tiene un presupuesto fijo y entonces del mismo periódico sale el pago de la publicidad y eso implica pagarle, por ponerte un ejemplo, los 5,000 periódicos se distribuyen gratuitamente, la mitad de casa por casa, para distribuir el periódico primero toda esos 2.500 se dobla desde pone una liga, para que vaya él, digamos porque es algo de partida, tiene que ser muy ágil, entonces el periódico abierto es muy incómodo de transportar y si uno lo deposita, digamos en un jardín en el viento lo vuela entonces hay que doblarlos hay que ponerles una liga. Bueno, eso hay que pagarlo todo ese servicio.

Después, toda esa repartida también hay que llevarse cuatro muchachos ahí, o sea, vamos pues tiramos toda la caminada, verdad para distribuir eso, todo eso se paga. Eso sale de ahí mismo de la venta de la publicidad.

La otra mitad se distribuyen en locales, en negocios, en supermercados y pulperías y así entonces. Por supuesto que eso también tiene un costo de distribución y de combustible y todo eso.

En qué más te puedo contar el periódico ya como un componente digamos dentro de la comunidad, es un fenómeno interesante porque, eh, a lo largo de estos 15 años y la gente hay de todo, ¿verdad? Hay gente que lo conoce y lo espera, hay otros que no lo conocen todavía, o sea Curridabat tiene 20.000 casas y no sé cuántos negocios y nosotros imprimimos 5,000 periódicos que se distribuyen gratuitamente, la mitad en casas, verdad, directamente y entonces de ahí este cubrimos, digamos que una cuarta parte de las casas, sin contar los negocios entonces es lógico, bueno la población de Curridabat es de 80 mil personas, así que hay gente que todavía a pesar de 15 años no ha visto el periódico, pero entre la población que sí, hay una gente que lo quieren ellos que no lo quieren, verdad. Sí, hay gente que, por ejemplo, cree que el periódico es de la municipalidad, lo cual no es, o sea, nunca ha sido la municipalidad es que es además de que de la municipalidad se genera, digamos una parte importante de las noticias, también es un cliente entonces la municipalidad contrata un par de páginas en el periódico y entonces ellos tienen ahí su información permanente de verdad, entonces, seguramente la gente por eso cree que es de la municipalidad. Y hay mucha otra gente que sí, digamos lo espera y lo extraña, verdad, este entonces es muy esto pasa si yo te puedo decir que el 98% de las veces cuando vamos a distribuir el periódico, que uno se topa gente en la calle que le dice “¿Es el periódico, es El Monitor? Sí ¡Ay, deme uno, deme uno! ¿No me puede regalar otro para regalarle a tal persona?” Porque tal vez, no pasan por la casa de ese familiar y entonces para llevarlo también a esa persona. O como tenemos una ruta, digamos, restablecida algunas veces cambiamos, cambiamos de barrio para que le llegue a otras personas entonces, el barrio por donde no pasamos a veces nos me llaman y me dicen qué pasó, que este mes no llegó el periódico, sucedió algo, entonces hay gente que reclaman que no le llegó.

Te puedo contar un ejemplo, En cómo hay supermercados donde se deja, para ponerte un ejemplo pues Automercado. En el mes pasado precisamente llegué a dejarlos y entonces le digo a la muchacha, uy, qué lástima, hace poco vino un señor a llevarse el periódico o sea, no coincidimos en la obra digamos porque ese día comenzamos una hora más tarde y entonces imagínate si nos tenía calculados el señor que llegó a la hora que siempre llega y no

habíamos llegado nosotros con el periódico, entonces me dice la muchacha, pobrecito el señor porque él viene desde Cartago por el periódico, entonces son datos un muy curiosos porque uno no al final de cuentas, uno no tiene todos los datos, digamos, no tiene toda, no puede como reunir digamos todo el efecto que puede tener el periódico al punto de que alguien venga desde Cartago una vez al mes, la fecha coordinada, que él sabe cuál es porque ahí sale pública a llevarse el periódico si pues te pasan muchas otras muchas otras cosas así parecidas.

¿Cuáles son los objetivos de su medio de comunicación?

Creo que, tal vez, se lo mencioné ahí entre todo lo que dije, o sea, la cuestión es compartir los acontecimientos, las noticias de los acontecimientos más importantes y colaborar con la parte con el parque empresarial, con el sector productivo, eh, a difundirse y a darse a conocer y para que ellos puedan pues incentivar o digamos lograr ventas en el cantón, porque sabemos que esa está toda esta producción es lo que mantiene a las familias en un cantón. Entonces por eso consideramos que es importante y nosotros igualmente somos una empresa, verdad que, o sea, como te decía, no nos dedicamos al 100% a esto, pero si ocupamos una rentabilidad para poder mantener el servicio.

¿Puede explicar detalladamente la manera en la que está construido su periódico?

Tiene por supuesto una portada en la que tratamos de destacar algún tema importante como todas las portadas de los periódicos del mundo. Como somos un periódico pequeño y algunas veces la portada no tiene relación con algún tema interno, sino que la digamos la por ejemplo estoy pensando en el que va a salir ahora hasta el próximo domingo, la foto de la portada en silla es un tema único, o sea, viene la foto y viene una pequeña descripción de la actividad y el título por supuesto y no hay más noticia que esté relacionada con eso, verdad, o sea la foto portada en sí, sola, ya es la noticia esa en este caso, por ejemplo, fue una campaña de donación de sangre que realizó el la junta de salud y esta semana aquí entonces fue muy exitosa, entonces sacamos una foto con una descripción y hasta ahí, en el resto del periódico no sale más sobre eso. Lo cual no es usual, periódicos de circulación nacional no hacen eso, verdad, la foto siempre está relacionada, la foto portada, esa llamada de la portada está relacionada con un contenido que se desarrolla más intensamente. Y después tiene unas llamaditas sobre, ahí sí, pequeñas, sobre el contenido que viene adentro. digamos unos relevantes en realidad,

casi todos tienen la misma importancia, pero se ponen algunos ahí como para generar algún atractivo en la portada y un cintillo publicitario.

Luego vamos a una sección ya en la página dos que siempre llamamos variedades. Entonces hay temas ahí, así como dice la sección, completamente variados. Para ponerte unos algunos ejemplos una chica de colegio hizo un proyecto de sembrar unas plantas como unos chiquitos de un kinder, entonces este nos compartió eso y le pedimos unas fotos y a través de las llamadas telefónica hicimos una pequeña nota, entonces pusimos es un mes, otro mes viene una nota sobre un muchacho, que es cantante y entonces grabó una canción nueva y grabó un video entonces y así sucesivamente digamos temas variados que hubo una donación de uniformes o de libros o de lo que sea verdad este para niños de algún barrio de escasos recursos, entonces, ese tipo de cosas que son así siempre varias.

Después tenemos algunas otras secciones que sí son un poco más estables, hay un par de personas que hacen sus artículos y opinión, que por supuesto siempre son variados. Una sección de salud, esa les gusta mucho a la gente, hemos tenido diferentes profesionales ahí, por ejemplo, una nutricionista que estuvo mucho tiempo después otra una doctora, tuvimos un terapeuta, cómo se dice terapeuta físico, varios ahí.

Después los otros, casi siempre se van combinando entonces puede ser que en algún me salga un tema de deportes, por ejemplo, algunos deportistas o que hay juegos, los juegos deportivos distritales o, por ejemplo, ahorita hay un equipo que está participando en LINAF, entonces, cosas de ese tipo. Otra puede ser de cultura, entonces alguna persona que hizo como te decía, verdad, podría ubicarse en esa sección, el que te decía digamos un cantante que canta o que hizo alguna cuestión o cuando estaba, por ejemplo, la orquesta de infantil, la orquesta que era de la Municipalidad, se saca muchos de ellos o cualquier otra actividad cultural.

Puede ser, hay una señora que escribe qué colaboradora que está, bastante nos manda notas sobre cuestiones, por ejemplo, del reciclaje que hace él como qué hacer con productos en la casa, qué hacer con las hojas secas, que hacemos o que se está realizando en tal barrio. Digamos una huerta, comunitaria, entonces ella misma va a ir participa, no es periodista, pero entonces toda esa sección es como muy verde, como ecológica. Otro compañero que, tiene temas de historia de Curridabat, entonces recuerda a algún personaje o recuerda algún barrio o recuerda algún negocio de Curridabat, qué sé, yo por decirte algo de los años 60 o así, él

hace remembranzas del cantón, casi siempre todos esos temas que te dije algunos pueden ir y venir, o sea, puede ser que un mes no salga nada deporte y que salgan dos cosas, digamos de cultura es un poco dependiendo de cuál es la vivencia que hay verdad en el cantón.

Ah bueno perdón, y por supuesto la publicidad verdad, ahí las que te digo un par de páginas de la Municipalidad y hay otro par de páginas que son exclusivas de publicidad, aunque puede ser que en alguna otra parte en algún momento no es lo como en verdad que tengamos como mucha venta y entonces hay que meter, algún otro anuncio en alguna de las otras secciones que son como de contenido.

La página web, te comenté hace un rato que un compañero periodista que estaba haciendo la dirección era el que le estaba dando todo el contenido a la página, verdad, es una página donde sí existe la posibilidad por las características de una página web de tener artículos más con más desarrollo. A veces el periódico impreso requiere como resumir mucho y ser muy concreto en las notas y a veces por la competencia de espacio para para que pueda salir una cuestión más variada, hay que hacer notas cortas, pero en la página web, si se puede extender, este se puede poner a veces, un tema central y tal vez entrevistaron a tres personas. Entonces, cómo desarrollar lo que dijeron ambas, dos o tres personas sobre eso y que sigue un poco más extenso.

Entonces, eh, se pueden tratar los mismos temas que te dije con el periódico, pero más extensos, no todos porque como te digo como no estamos dedicados al 100% a esto, entonces a veces depende un poco de las posibilidades de tiempo de cada cual, pero esa la característica tiene que tiene la web, verdad que es que se pueden extender más los temas.

Y en la página de Facebook es una opción como más de al día. Entonces igual te pongo, por ejemplo, que la gente de los ebais nos pasa una información y dice que mañana inicia la distribución de tiquetes para la vacunación de niños de 12 años o a partir del lunes este la vacunación para niños de 5 años, tienen que llegar a tal hora a retirar de tal hora, tal hora se van entonces ese tipo de cosas si los pasamos el día a día.

O qué sé yo, digamos este un tengo muy presentes estos porque son de los más comunes ahora, verdad, este se estaba destruyendo y ya se acabaron entonces se le avisa a toda la comunidad que ya no vayan porque ya no hay vacunas o lo que sea, y así, o no sé se le dice comunidad que este mañana acueductos está anunciando que mañana va a suspender el

servicio está el sector preparación porque esas cosas. Pero también. Bueno, hay un compañero que le gusta esto que desde ahora de la historia, entonces a veces pone alguna cosa cuelga alguna cosita y entonces la gente participa mucho recordando los partidos de fútbol, recordando el negocio, tal la taquería o recordando no sé qué las procesiones o cualquier. Sí, verdad, eso le gusta mucho a la gente porque le da la oportunidad de participar a la gente iba en nada de responder y no sé de contar su vivencia y también de cómo decir la familia tal ahí estaba y pues que hacíamos tal cosa y así. Pero también en la página de Facebook nosotros tenemos un programa un Live que hacemos una vez por semana, esto lo hemos hecho como por temporadas, porque a veces tenemos diferentes circunstancias que nos hacen tener que haber cortado la periodicidad, pero la intención es este, pues pueden hacerlo todas las semanas es un una revista en sobre algún tema de la comunidad, entonces igual vemos personajes, instituciones verdad que hay en el cantón, se puede hablar de política, se puede hablar igual de temas de del recuerdo y entonces entrevista a alguna persona se busca y algún grupo, como tratar este cada semana algún tema variado igual, por ejemplo, que vamos a ir a conocer el barrio x digamos el barrio La Amistad, entonces nos reunimos con un grupo de vecinos y conversamos un poco sobre la historia del barrio como nació y como llegaron los primero. Otra semana, por ejemplo este el para ponerte un ejemplo, en Tirrases hay un grupo que se llama Vecinos Ayudando Vecinos, entonces vamos y conocernos, qué es lo que hacen ellos y resulta que somos unos chiquillos ahí de 15 años para abajo que tuvieron la iniciativa de hacer algo para ayudar chiquitos, que están ahí también, que digamos que tienen más necesidades que ellos entonces conocemos un poco la historia, Igualmente temas de toda naturaleza pero que tengan relación con el cantón, igual algún personaje verdad algún personaje entonces que el este que un futbolista entonces vamos a conversamos un poco con él a las historias

¿Cómo es la dinámica de trabajo?

Nosotros siempre salimos en los primeros 10 días del mes siempre la circulación empieza un domingo, porque empezamos con la distribución en casa por casa. Entonces siempre cercano al 10 del mes, puede ser que un domingo sea como el próximo creo que seis entonces salimos en seis o el ocho o diez así. Entonces la semana correspondiente a ese a ese domingo, nosotros

cerramos edición el miércoles entonces para ponerte el ejemplo de nuevo, si el domingo 6 estaremos cerrando la edición el miércoles 2, okay, previo a ese a ese miércoles 2, el lunes y el martes anteriores, o sea, eso todos los días anteriores. Digamos tres días incluyendo el mismo miércoles en los que armamos el periódico.

Entonces se trata siempre de que la semana anterior se haga la producción de textos, entonces yo esa semana anterior le paso un mensaje a los colaboradores, la próxima semana tenemos periódicos, ya se trata de que esa semana, alistan sus textos como siempre pasa en nuestra cultura alguna gente ya los tiene hechos algunos no tienen y entonces hay que estarlos, casi llegamos hasta ese miércoles límite y a veces este ya lo paso en la noche, o sea, entonces siempre hay que tener como algún colchoncito ahí, verdad, alguna nota o alguna cosa que pueda servir de o algún plan B porque a veces digamos, o hay un contenido como tal, pero tal vez una nota tenía más fotos que no se usaron entonces en el momento digamos, hay que decir bueno, no llegó entonces hay que más aquí meterle un par de fotos más y llenar ese espacio. O incluso este sacar algunos anuncios de cortesía. Bueno, entonces hay algún cliente que este mes no va a pautar, pero sí pero si es un cliente frecuente y entonces bueno, este se le pone el anuncio y yo después le digo nada este sacamos ahí también pero no se preocupe porque fue que tuvimos que recurrir a llenar espacio una cuestión que nos ha salido de última hora. Pero digamos que lo normal es eso esa semana anterior se avisa a todo el mundo, se le avisa a los clientes también de publicidad por si tienen algún cambio que hacer en las, eh, los clientes que son fijos si tienen algún cambio que hacer en su en su pauta, entonces algunas veces ellos seguimos con el mismo vamos el mismo la mayoría hacen eso.

Hay algunos clientes que son empresas un poco más organizadas en ese sentido si cambia las pautas entonces para poder tener el ejemplo también Automercado. Aunque a veces pueden pasar 8 meses que se pongan la misma seguimos con la misma. Todo eso se coordina esa semana antes. Llega el lunes y entonces empezamos a armar, a diagramar a ver, a buscar fotos a veces este ya están todos a veces hay que buscar alguna algo que hizo falta, o quedó pendiente que confirmar algún hombre o alguna cosa así todo eso se arma en estos días.

Tenemos un chat ahí de WhatsApp como del equipo ese de producción, entonces ya el miércoles, a veces desde antes yo lo voy compartiendo, así vamos para que vayan viendo el equipo, cómo está, te hace falta y demás. Porque puede pasar verdad que arrancando esa

semana uno no tenga claro todavía todos los contenidos, entonces, yo lo pasó yo digo, bueno, aquí va una nota sobre tal aquí, si alguien sabe de algo que se me esté escapando verdad. Ah, sí, claro sería importante sacar el no sé qué tan institución va a abrir un espacio nuevo y no sé qué van a inaugurar un espacio nuevo, no sé, digamos en lugar de ancianos o el lugar salvando el alcohólico o la escuela o algo así, entonces sería bueno, entonces ya uno corre y busca información y arma y también para que el equipo le vaya echando posibles errores.

Entonces así esa parte se vuelve como colaborativa, digamos el compañero que escribe estas memorias y escribió tal vez ya están montados el artículo ahí cuando lo pasó todo entonces alguien dice, mira, yo tengo una foto que le puede servir para eso, entonces ya se lo integra, se cambia la que estaba o se le hace el espacio se hacen ahí todos los ajustes.

Digamos en ese caso, eso sucedió hoy, por eso no te podían vender en la mañana porque estaban eso. Ya el jueves en la mañana, se hacen los últimos toques lo que faltó, lo que no calzó, verdad lo que se calcula o digamos no estaba el cálculo y entonces hay que cambiarlo de página, esto es más grande, este es más pequeño está calza aquí, etcétera o confirmaciones de última hora. Este mes, por ejemplo, la municipalidad ha decidido sacar un anuncio extra sobre el pago de sobre el límite del pago impuestos entonces cambiar las fichas ahí, deshacer un poco para que pudiera entrar eso, que entró hoy mismo a última hora. Eso siempre se hace el jueves en la mañana y se manda, hay una impresión que nosotros lo hacemos en La República siempre ese jueves antes de la 1:00 de la tarde, o sea, por lo general a la hora del almuerzo estoy generando el archivo final para que esté ahí cuando entran después de almorzar a la 1. Por qué, eh, si nos pasa si nos pasamos corremos el riesgo de que nos pasen para la siguiente semana en la programación que ellos tienen. Bueno, digamos que un paréntesis han sido estos dos años de pandemia porque la producción de ellos se les bajó un montón y digamos como que esa presión se bajó un poco, pero ya después de 15 años ya llegamos estamos acostumbrados. Entonces yo incluso trato de no pasarme es ahora porque ya yo también programé muchas cosas de sus compromisos, pero sí.

Nos pasó una vez que entramos tarde, entramos como a las 2:30, o sea, mandamos el archivo como a las 2:30 y entonces nos pasaron para la siguiente semana. Lo cual ya no generará todo un caos porque, aunque el periódico lo entregaron el lunes todo eso que te decía de la doblada y la repartida está programado para el fin de semana. Entonces hacerlo entre semana

ya los muchachos que nos ayudan en eso estudian o trabajan muchas cosas y entonces ya se vuelve un caos pasarlo hasta otro fin de semana muy largo. Como te digo, hay gente que lo está esperando, puede ser que salga un anuncio de algún cliente que necesite que sea ese fin de semana está programado y así entonces, por eso es el digamos lo estricto de apegarse a ese a ese calendario a ese horario. Bueno, entonces envía la impresión el jueves, normalmente La República lo entrega el viernes en la mañana este yo voy a recogerlo como a las 2 de la tarde del viernes. Se trae para la doblada que se lleva se empieza el viernes en la noche, se lleva como la mitad del sábado también y ya queda listo para el domingo ir a hacer esa distribución.

¿Cómo mantener el balance de la información con respecto a la publicidad?

Yo creo que eso es de lo más difícil. De hecho, sabemos que hay montones de medios que e que se mueren, verdad que se mueren por la falta de publicidad y yo digamos como te digo 40 y resto de años de trabajar en diseño he visto un montón de medios de periódicos y revistas, nacen y mueren, todos los días. Nosotros hemos tenido la ventaja de contar con algunos clientes que han sido permanentes. Por ejemplo, Automercado, creo que ha estado los 15 años. No puedo asegurar que todas las ediciones, creo que el puro principio tuvimos algunas de las que no pero después de eso ha estado sí prácticamente los 15 años.

La Municipalidad también tal vez ha estado unos 10 años. Y después algunos otros que son pequeños, pero que han que han sido constantes, entonces eso no nos permite mantenernos como en el punto equilibrio. realmente esto no es no es mentira, ni es como para no revelar datos, pero, nosotros nunca hemos bajado el punto de equilibrio. O sea, podemos haber bajado el punto equilibrio por alguna situación especial porque digamos a ver más bien más bien, no, nunca hemos bajado el punto equilibrio. Lo que nos ha pasado, es que nos hemos quedado sin liquidez, tal vez porque alguien no nos pagó un mes o porque se atrasó un cliente. Nos quedamos sin liquidez, tenemos que poner recursos propios para poder pagar la impresión y luego se recupera y se devuelve esa planta.

Nunca hemos bajado el punto equilibrio, pero si hemos quedado en el puro punto equilibrio, eso sí, entonces pagamos la impresión, pagamos la doblada, pagamos la repartida, pagamos este el combustible y hasta ahí llegó. Y algunos otros meses, sí nos da un poquito como para

decir bueno, este vamos a reconocer entonces el trabajo de diseño, el trabajo de redacción, casi siempre hay algún monto ahí, que se destina para eso y a veces un poquito más.

Por ejemplo, ahora en las elecciones un compañero, que es un voluntario, siempre decidió él estar todo el día andar recorriendo los centros de votación y haciendo transmisiones. Entonces ese sería un buen ejemplo donde hay que reconocer ese trabajo del día, él dedicó todo el día a eso a seguir ahí. Aunque todo lo hacen como un servicio de la comunidad entonces tenemos también esa conciencia.

Cómo te digo nos hemos mantenido donde el punto equilibrio hacia arriba y el periódico tiene, que puede ser digamos un 40% del espacio publicidad, entonces bueno vamos a ver son 12 páginas, digamos que cinco páginas son publicidad, cinco páginas en promedio porque te hablé de 4 completas, 2 de la municipalidad y otras dos que tienen publicidad variada, más algunos espacios que pueden salir ahí, entonces digamos que podemos llegar a las 5. 5 de 12 cuanto es? 40 verdad?

¿En la portada que tanta publicidad tiene?

Voy a ver si tengo aquí uno. Esto es un caso extraordinario, precisamente el que agarre, el mes pasado. Está destacado de aquí junto al logo, arriba. En este caso es nuestro, porque esta página GPS es la página que decía anuncios.

Entonces se vende, o sea, ahora tenemos un montón de tiempo que no la digamos la pandemia nos ha golpeado a nosotros también, pero ahí está ese espacio. Y normalmente va este cintillo abajo, resultó que este mes pasado, por una casualidad, digámoslo así. se vendió otro, realmente no puedo decir que se vendió, fue digamos una y una cuestión de lograr una promoción y entonces se puso otro, pero esto es completamente inusual, esto lo hemos hecho como 3 veces en la vida de poner dos cintillos.

¿Okay, hay más información que publicidad?

Sí, sí, por supuesto.

Te puedo compartir pantalla, te comparto pantalla. Por ejemplo, digamos este destacado de aquí de la portada este vale 40,000 colones y el cintillo de aquí abajo vale 60. Claro que, por ejemplo, digamos esta gente está aquí El Líder igual es uno de esos que tienen, no sé cuántos años de estar ahí. Ocasionalmente se negocia con ellos para que digamos para darle este

espacio a otra persona, pero ellos quieren estar ahí. Entonces claro no se le cobra lo mismo porque digamos ya lo tienen fijo ahí, o sea, ellos tienen un precio referencial, digamos así.

El periódico se divide en 5 columnas, ¿ves? Y si lo dividimos horizontalmente entonces lo podemos hacer en cuatro partes como aquí, ¿verdad? Como aquí hay media un cuarto y ocho cuartos en el sentido horizontal, entonces una columna por un cuarto de aquí, el de abajo, el gris, es el tamaño más pequeño. Eso vale 12 000 colones. Si lo duplicamos como este, son 24 y si se le mete uno tercero, que es como estos ocho azules ya son 36 y si le metes ocho entonces ya son 12.000 colones más y ya es como este, que son los cinco los cinco cuartos, o sea, son las 5 columnas por un cuarto de página, entonces ya eso son 60. Y además sumándole así, esta media página son 120.

Hay gente que hace un cálculo diferente entonces por decirte algo, si la media página vale 120 el cuarto no vale 60 sino que vale 65. Y le va subiendo el precio, o sea la proporción va subiendo para estimular la venta de anuncios más pequeños. Entonces la gente dice si compro este vale 24, pero si compro la mitad, vale 20 mejor compro este 24 verdad. En el caso nuestro decidimos no hacerlo así ¿por qué? Porque lo que te decía antes la cuestión es ayudarnos en todo esto hay muchos empresarios pequeños que necesitan sacar una luz y darle a conocer y entonces para que nosotros. Para usar un término popular era para que lo vamos a clavar.

Somos igual una pequeña empresa y entonces lo que ocupamos es vender más bien, a veces uno desea bajar los precios como para poder ayudar más. Pero el problema es que digamos ya también nosotros tenemos que ser rentables, pero si te puedo poner otros ejemplos, que te lo dije al principio de la conversación o por ahí las empresas grandes son importantes para nosotros porque son las que nos dan ciertas estabilidades. Entonces digamos el hecho de que la municipalidad o que Automercado. permite que en algunos casos podamos apoyar a otra gente con sus anuncios o con sus actividades lógicamente entonces de este ejemplo. Esto es una venta de un libro histórico, hay un señor que escribió este libro la historia de Curridabat, se lo donó al grupo de Guías y Scouts y lo están vendiendo para generar fondos para ellos, entonces si están pulseando la parada de generar fondos, cómo les vamos a cobrar.

O sea, aquí el periódico es como decir un patrocinador de ellos sacándoles un anuncio. Este anuncio se paga, o sea, se puede poner gracias a que hay empresas que son grandes y que tienen la estabilidad para pagar un anuncio siempre. O por ejemplo, hay una señora esta vez,

o sea, tiene tiempo tiene tiempo de no salir una señora que es una viejita que hace queques y con eso vive y entonces si usted cumple años va y le encarga un quequito a la señora, entonces ella me dice necesita sacar un anuncio porque hace tiempos no me compran nadie entonces para que la gente se acuerde que yo existo, entonces yo le digo, le ponemos el anuncio, se lo regalamos. Pero para poder darle el anuncio de ella tiene que ver alguna empresa formal grande y establecida que sí, está colaborando con la publicidad que pague un anuncio para que podamos compensar eso porque imagínate.

¿Cuál es la incidencia del medio nombre del medio en el cantón? ¿Qué impacto ha tenido?

Pues consideramos que mucho. Cuando alguien dice, sí, yo siempre lo leo o me llaman y me dicen, no me llegó el periódico, ¿qué pasó? ¿O a dónde lo puedo encontrar? O que ya me dicen esta semana ya sí salió lo que sea, yo digo, si la gente tiene interés, es porque de alguna forma cree en lo que en lo que nosotros estamos poniendo y eso tiene que incidir verdad, tiene que incidir. Usualmente no hay una cuestión como que pueda decir invitamos a la gente para que la próxima semana llegue y haga una campaña de X cosa como para que podamos medir posteriormente el resultado de lo que se anunció previamente aquí, ¿verdad? Esa reacción es un poco difícil de medir, pero sí sabemos de qué hay gente que dice. ¡Ah, sí me di cuenta porque lo vi ahí en el periódico! Por ejemplo, mira mucha gente, va a los servicios y demás, pero nos está llevando la cuenta de cuando fue que se empezó ese, así, mira qué bueno me di cuenta de eso, yo no sabía esto no sabía que gracias a esta cuestión se logró tal vez, avances, en el cantón. Entonces a veces uno escucha ese tipo comentarios, pero me parece que sí, sí, como para responderles completamente habría que tener datos y datos duros, verdad hacer una encuesta o algo, así que nunca hemos hecho un poco más de alimentación es a partir de los comentarios de la gente que le comenta uno, que le dice uno, que bueno estuvo eso, yo no sabía eso, que dicha que lo sacaron o gente que le dice a uno, le llaman después y ustedes no tienen más ejemplares es que viera que quiero, eh, guardar esa esa noticia y yo no lo conseguí contaron me lo enseñaron, pero yo quiero uno.

¿Cómo mantener una relación ética y responsable con la autoridad municipal?

Bueno, esa es muy interesante porque verdad, porque ellos son, es un cliente nuestro que nosotros como un vínculo que la municipalidad de la comunidad que hace que la comunidad se dé cuenta de la acción de la municipalidad tenemos que ser objetivos en eso.

Dichosamente, porque eso evita digamos un poco el trabajo complicado, no tenemos digamos como una municipalidad donde se den muchos conflictos, en algunas épocas sí, pero siempre queda como esa cuestión de verdad de que de que tenemos que tener el equilibrio porque ellos son un cliente nuestro. Entonces la gente puede llegar y pensar, o sea, de hecho, la gente piensa que el periódico alguna gente piensa que el periódico de la municipalidad o podría llegar así es que como le pagan un par de páginas, entonces no van a decir tales cosas.

Pero si hay una cuestión muy interesante que pasa y es que es muy raro, digamos tener que sacar alguna queja o alguna cosa, así es normalmente. Si pasa mucho que la gente llame y me diga es que aquí pasa tal y tal cosa y la municipalidad no ha hecho nada, por ejemplo, entonces yo digo bueno, déjenme investigar llamamos a la municipalidad y resulta que ha pasado así, que la dice muni dice, ah mira no conocíamos ese caso vamos a ir a ver y entonces van y lo arreglan y entonces ya se acabó las noticia, verdad, pero la gente de la comunidad salió ganando en el sentido de que se le resolvió el problema.

Desde cosas comunales hasta cosas puntuales de una casa digamos una señora que tiene un vecino que tiene un árbol que está creciendo y el árbol está rompiendo todo el muro, le está volcando una pared. Entonces ella dice que la municipalidad, de que ella llama y no le contestan y todas esas cosas que pasan en las instituciones porque llama y la pasan de una extensión a otra y al final nadie, entonces yo llamo. Y entonces la persona me dice, ah, bueno, vamos a averiguar quién es, dónde es, cuál casa fueron y arreglaron.

Por allá pasó en otra comunidad que una empresa utilizó un lote para guardar camiones y echar un poco de material piedra y arena entonces lo mismo, es que la municipalidad no hace nada y aquí hay un polvazal y aquí vienen los camiones y en las madrugadas, yo llamé y la municipalidad fueron a ver no sé cómo pero bien, entonces ya no al final no había noticia.

¿Han increpado a la municipalidad y si no, cómo actuaría si lo hiciera?

Ha habido casos en los que hay que decir que los vecinos se están quejando, tal vez que ese ejemplo que te estoy poniendo, no sé resolvió, pero sí llegó el momento de sacar la noticia y

entonces se pone la versión de los vecinos la versión de la municipalidad es esta. Pero nosotros no hemos tenido la necesidad de tener un pleito con la municipalidad verdad, yo no sé sinceramente, yo no sé, si es una cuestión de suerte como te digo, estamos aquí tal vez está la dicha de que no es una municipalidad muy conflictiva.

Te voy a poner un ejemplo, no importa el nombre, digamos que en algún momento han llamado y me decía ¿Usted el periódico? Sí vea esto usted no puede venir inmediatamente ¿Yo por qué? ¿Qué pasó? Señor que lo que está pasando es que aquí está el alcalde gastando la plata del pueblo, cómo es eso cuéntame. Sí, él está aquí en un restaurante almorzando con una con una muchacha, con una chiquita, o sea, como una muchacha joven. Dígame una cosa y usted como sabe que es la plata del pueblo. Ah, no, yo no sé, yo supongo. Pero porque supone eso, o sea, usted vio algo, ¿no? No, es que yo no sé, venga si usted investiga, pero es que además está como una muchachita. Y usted sabe si esa muchachita es la hija de él. Ah, no, yo no sé tampoco.

Entonces la gente a veces está esperando sangre y a veces no se justifica, digamos este entonces. Por eso te decía antes, nosotros tratamos de ser muy responsables con eso, no hacer loco, no podemos hacerlo porque además no tenemos es como no, ese no es el negocio, no tenemos el tiempo para estar invirtiendo en tonterías. Tendría que ser algo realmente muy serio, como para poder invertir en investigar y todo eso y muchas veces la otra cosa, que pasa es que mucha gente dice es que, eh, paso tal y tal cosa ustedes tienen que investigar bueno, pero dime dígame, deme pruebas usted o usted puede mandar una nota y la publicamos, pero con su firma, con su cédula, pero ah, no, entonces ya nos quedamos igual, ¿verdad? O sea, uno no sabe hasta dónde es una cosa seria.

¿Y cree que el municipio puede influir en la información?

Nunca ha habido una influencia en el en el contenido, podría pasar en algún lugar, no sé verdad, o sea, de hecho, esas cosas pasan muy comúnmente que entonces la persona que le corresponde a tomar la decisión diga. Bueno, están sacando esto de nosotros. Bueno, entonces no le damos pauta. Pues nada, eso podría pasar. Pues, pero bueno, hasta el momento no ha sido el caso de nosotros.

¿Cuál cree que es el mayor reto para los periodistas dueños de medios locales?

Eh, yo creo que hay dos cosas, una es la económica, es poder mantener en este momento un medio. Y vamos a ver, la experiencia más concreta nuestra, como te decía, el que paga lo demás, es el periódico impreso, sin embargo, hay muchos periódicos impresos que se están muriendo y están cambiando por la versión digital. Como venden la versión digital, no sé, nosotros te digo sinceramente ocupamos una persona que se encargue de las ventas, no tenemos eso y nos mantenemos un punto equilibrio. Yo creo que si tuviera más un experto en ventas este seguramente estaríamos ganando plata, verdad, pero no sé cómo hacen ellos.

Yo creo que ese es el principal reto, o sea, mantener una estructura así una empresa con una estructura así. Es que yo creo que nosotros hemos tenido como suerte en varios ámbitos, verdad, o sea, tenemos colaboradores que escriben y hacen todo eso por amor a la comunidad, tenemos este es ese vínculo, que dichosamente nunca ha sido conflictivo con la municipalidad y tenemos otros clientes que también han sido permanentes por la razón, que sea no sé, digamos algunos podría ser, por ejemplo, Automercado tiene una razón, una motivación social buena para seguir ahí, ellos saben que con su pauta ellos están ayudando en democratizar la información en el cantón, hemos tenido como suerte en todos esos aspectos, pero yo creo que ese es el principal reto de verdad, o sea, mantener un medio económicamente.

El otro es mantener también esa objetividad que estás de la que estás consultando, en momentos en que hay como por todos lados, salen conflictos. Aquí a veces también, ahora que me pones a pensar en esto, sé que hay un problema a nivel de se me olvidó ahorita el nombre del organismo que tiene que ver con el deporte en el cantón que está el regido por la Municipalidad, el Comité Cantonal de Deporte, si este, o sea, está pasando un momento en que se ha ido una gente esta llegando otra y entonces no tienen claro la cuestión, entonces yo no podía llegar y investigar y de repente fue alguna torta que hubo una cosa así, pero yo digo bueno, vamos a esperar un toquecito a ver qué pasa porque si uno dice bueno, ya pasaron tres meses y aquí no hay humo gris, hay algo raro. Entonces ya uno puede ir a investigar, pero a veces, no queremos como hacer alarma de una cosa que de repente, diay esas cosas pasan, gente que va, y viene y ya se resolvió. Podría ser una noticia, sí digamos, estamos suponiendo verdad, estoy inventando que hubo un problema económico y eso provocó que tuvieran que despedir a la gente. Se saca la noticia, pero no es necesario hacer un conflicto por eso, es una

noticia. Entonces a veces creo que puede ser un conflicto para alguna gente, el enfocarse bien en cómo manejar ese tipo de informaciones, ¿verdad?

¿A qué se debe la consolidación del medio?

Yo creo que una de las cosas más importantes es no haber fallado un mes, o sea, que la gente lo vea una y lo vea, vuelvo a tratar de, o sea, me gusta cómo tratar de poner los ejemplos concretos, verdad, dentro de la distribución que nosotros hacemos tratamos de además de la entrega que se hace casa por casa, de pasar a negocios. Hay centros comerciales que no lo dejan a uno, pero dejamos donde se puede pasar a los negocios y siempre entonces alguna gente llama y dice mira cuánto vale un anuncio que me interesa. ¿Por qué? Porque veo que siempre sale, entonces no es como que una vez salió y entonces yo contraté y después no apareció y no se sabe quiénes son si van a salir o si no van a salir más. Entonces la constancia ha hecho que la gente crea en nosotros, que, sí es cierto que estamos ahí, que sí vamos a salir que sí este. La constancia en el sentido amplio de la palabra, es yo creo, lo que ha puesto la base ahí sobre la que estamos nosotros parados ahorita.

Entrevista semiestructurada (Periodista Betania Artavia, dueña periódico Heredia Hoy)

¿Podría describir su periódico de forma amplia?

Nacimos va a hacer siete años, nace como un esfuerzo en informativo impreso para la provincia de Heredia aunque desde el momento en que nacimos, sabíamos que había que abarcar de una vez redes sociales y la parte digital porque un medio con sólo información una vez al mes no iba a cumplir la misión que teníamos, que era servir a la comunidad, que la gente se apropió del medio lo sintiera suyo. Entonces si, iniciamos el 9 de abril del 2015 con la primera edición impresa y con Facebook todavía no teníamos página web. La página web tardó como dos años. Tuvimos una muy mala experiencia, no nos funcionó. Se caía salía muy cara y aun así, se caía ya después fuimos pasando por ese proceso y prueba y error hasta que encontramos un muy buen diseñador web e hicieron nuestros sitios, ya aprendimos un poco sobre todo ese mundo y ahora pues tenemos bastante seguidores dichosamente. El periódico impreso tiene una línea de solo temas positivos generalmente o la meta es que por lo menos un 60% sean temas de la provincia. Ah, también se cubren en temas nacionales, pero con una visión de provincia, regional, lo que es el sitio web y redes sociales, como es

información que tiene que ser todos los días es prácticamente imposible para un medio pequeño dedicarse a generar contenido, para todos los días entonces en ese si no se alimentamos con información de las instituciones, diferentes oficinas de prensa, agencias de comunicación y muy importante de lo que nos genera la comunidad dichosamente hemos ya logrado llegar al punto en que las personas comparten la información entonces si hay un accidente y hay una calle cerrada, si hay una manifestación siempre hay alguien que nos comparte la información acá de la provincia, entonces la podemos, mantener y es muy bonita la interacción que hay con las personas.

El otro día había, le damos mucha importancia al tema de vacunación. Entonces se publican los horarios y dónde se estaba vacunando, se publica en la mañana y un día como a las 12 del día parece un comentario de una persona preguntando si estaban todavía si había todavía vacunas en Paseo de las Flores y yo pensé, diay que voy a saber de verdad como no puedo estar ahí y a los 30 segundos le contesta a otra persona ahí en la misma red no, yo iba con una yo iba y me tomé una vecina y me dijo que ya no había, wow, vamos, o sea, realmente ese es el propósito de una red social, que la gente puede interactuar entre ellos y se está cumpliendo, ya tenemos casi 100,000 seguidores en nuestras redes sociales, la página web tiene un promedio de visitación de 3.000, aunque un día como ayer que hubo mucho movimiento en la provincia, superamos las 7000 visitas, entonces, es bastante para un medio pequeño porque somos un medio pequeño en realidad, unipersonal.

¿Aquí se refiere con unipersonal?

Que el medio soy yo, o sea, se contratan los servicios de diseño solamente lo que es obviamente la contabilidad porque es un buen periodista mal administrador y la impresión que se hace en La Nación todo el resto lo que es contenido informativo lo hago yo. Soy bachiller de la U Latina e hice la licenciatura en la San Judas eh, no he hecho la tesis, me quedé ahí, pero sí estoy egresada en comunicación de masas.

¿Cuáles son los objetivos de su medio de comunicación?

El propósito es informar a la comunidad de una forma verás y oportunas informaciones que tengan pertenencia, ese sentido pertenencia, de destacar cosas que pasan en la provincia, que si el panadero, que es verdulero, que las informaciones sean muy cercanas a la gente y que

cumpla un servicio también a veces, qué sé yo que no van a ver luz, que sé que se va a ir el agua ese tipo de cosas también son contenidos que nosotros utilizamos mucho.

¿Puede explicar detalladamente la manera en la que está construido su periódico?

Okay, la edición impresa tiene una sección de opinión, tiene una sección que se llama solo fotos, que la idea es siempre tener información de todos los cantones, entonces eso nos facilita tener por lo menos una foto con una información de cada cantón, tenemos opinión, tenemos solo fotos, tenemos una sección de historia que la escribe un historiador de la provincia, tenemos 3 columnas, una de salud, una de coaching y una de educación. Los demás ya son contenidos regionales y algunos nacionales. Básicamente esa es la distribución que tenemos, somos 16 páginas a color.

La página web es www.herediahoy.com y es así tiene todo tipo de contenidos, tenemos, deportes, salud, educación, nacional, de sucesos. Perdón en la parte impresa tenemos una sección fija también de emprendedores, que se comparte la historia de un emprendedor en todas las ediciones exceptuando en estas que hubo elecciones, entonces no nos daba el espacio. Todos los contenidos de la impresión, se comparte en el sitio web y en las redes sociales y la página web se alimenta todos los días con contenido variado en esas áreas, actualidad, deportes, Rincón Herediano, curiosidades, emprendedores, municipal y sucesos. Tenemos el Facebook muy bien posicionado, un Instagram que lo tenemos descuidado, porque realmente sí es mucho trabajo tener varias redes sociales activas, entonces el Instagram va muy despacio, pero va.

La sección del Rincón Herediano es sobre cosas curiosas de la provincia, por ejemplo, tenemos, anécdotas de portales, le comentaba que tenemos un historiador que nos escribe la edición impresa y para la web también, entonces esos contenidos que comparten ahí, pero por ejemplo, el Rincón Herediano hicimos unas publicaciones sobre la historia del cementerio Municipal de Heredia, que es una colección de mausoleo, donde están figuras como Emma Gamboa, Braulio Carrillo, Otilio, hay como 10 o 12, bueno, Eladio Rosabal, figuras que hicieron historia en Heredia y algunos trascendieron en el país entonces, eh, ese tipo de cosas es lo que tenemos en Rincón.

¿Cómo es la dinámica de trabajo?

Me multiplico, la parte de venta de publicidad es la que estaba más abandonada, por lo pronto somos un medio de subsistencia, apenas vamos con la ayuda de Dios eh, la publicidad va llegando yo no puedo decir que salgo a buscarla, realmente a mí lo que me encanta es escribir es reportear. Entonces, yo mando dos, tres correos de publicidad de la semana y Dios es tan grande que la publicidad va llegando, pero además hay ocasiones que uno dice tengo que sentarme y hoy tengo que sentarme, pero eso es el menos mi día empieza muy temprano. Yo estoy en muchos grupos para recibir información entonces temprano se revisan los sucesos de la noche para ver si hay alguno que tenga que ver con la provincia, si hay, es lo primero que se sube no importa la hora, aunque sea una foto con un par de líneas. Hacemos revisión de correos temprano todo el día se trabaja como si fuera una reacción, pues con corresponsales buscando información como le digo generamos contenido que nos llega, gracias a los lectores también y con todo eso vamos generando material que se trata de programar para que haya notas por lo menos, una cada hora en la página web y que se comparta en redes para que haya movimiento, para que haya ahí bastante contenido.

Uno se apoya mucho en los boletines para lo que son temas nacionales, igual que cualquier medio, entonces, de ahí sale la información del sitio web, a diferencia de la edición impresa que es nuestro producto estrella, que ese no se utiliza en boletines, ese todo es contenido propio.

¿El ejemplar que venden impreso tiene un costo?

El ejemplar tiene un costo de elaboración bastante alto, verdad, es el trabajo de todo mes es la impresión en La Nación en muy buen papel. Se le pone un valor de 250 colones ahí en la en la portada, para que cuando las personas se lo lleven vean que están llevando algo que tiene valor, porque si se dice que es gratis el objeto se relaciona gratis con malo. Sin embargo, no se vende, el periódico se distribuye en lugares donde las personas puedan llevárselo de forma gratuita.

Es decir, no se cobra, no se cobra, el periódico es gratis, el ejemplar es gratuito, pero tiene marcado el precio para que la gente sepa que eso tiene un valor.

¿Y cuántos ejemplares distribuyen al mes?

Son 5.000 ejemplares ha habido, en tiempos de pandemia, o meses que tuvimos que bajar bastante porque o no había publicidad o no había lugares donde dejar el periódico. Recordemos que hubo semanas donde estuvo cerrado todo y el periódico se dejó en lugares, por ejemplo, lo dejábamos en el hospital de Heredia y en las clínicas que, diay, ahí ya no íbamos a ingresar por un tema de seguridad y que no nos dejaron pasar. Las municipalidades estuvieron cerradas. Por tiempos. Si nosotros salimos siempre fin de mes, entonces hubo momentos en que tuvimos que bajar la impresión, se deja también en bancos, en clínicas, en cooperativas, en algunos comercios, se deja por lo menos en tres lugares en cada cantón, exceptuando Sarapiquí a Sarapiquí no llevamos el impreso, sin embargo, la edición impresa tiene un enlace digital como estas revistas de Avon, como los catálogos, se pasa página por página. Esto se comparte a una base de datos por WhatsApp de unas como 3000 direcciones, eh, perdón contactos y también se manda por correo electrónico. Entonces, aunque no se llegue a Sarapiquí se comparte con asociaciones de desarrollo, con grupos organizados de aquí y también de Sarapiquí.

¿Cómo mantener el balance de la información con respecto a la publicidad?

Muy fácil la publicidad es poca.

O sea, nosotros no, no hay ediciones en que tengamos un 50/50, si acaso un diciembre, un noviembre antes de pandemia, quitando eso, la publicidad no es que llega por montones, en todo caso en esos meses que sí hubo bastante publicidad, se aumentó la página la cantidad de la página 20. O sea, es cuestión de tratar de mantener siempre el equilibrio 60 a 40. Entonces sí hay muchísima publicidad se sube a 20 páginas de práctica nada más. Quisiéramos que fueran muchos los meses así pero no.

El medio que investigo tiene mucha publicidad en su portada. ¿Qué piensa de la publicidad en los medios?

Nosotros la portada nunca la hemos ofrecido. Yo creo que vender la portada es como vender la cara de producto, la cara del producto en la portada no se puede vender. La portada es la carta de presentación del medio, tiene que ser las mejores noticias que traiga el periódico, tenemos ya un estilo, un título grande, una foto grande, un par de fotos pequeñas. La publicidad se distribuye como cualquier medio, o sea, por espacios, primero las páginas, después las medias, después los cuartos y la contraportada si se vende.

No, no sé qué más decirle de la publicidad, todos esperamos que llegue suficiente por lo menos para para sobrevivir verdad, pero lo único que no vendemos es la portada eso sí.

¿Sacrificaría un espacio de información por publicidad?

Eso depende, la publicidad se va, como cualquier medio equilibrando, usted ve los materiales que tiene y hace una distribución previa, por eso sí hay una fecha de siempre, si de pura casualidad, alguien que no había pauta o manda un anuncio y tiene interés, pues usted acomoda los contenidos, como son contenidos propios e inactuales, no hay problema en que se esperen a la siguiente edición, en caso de que fuera, así como, que llegara a un anuncio de última hora.

¿Cuál es la incidencia del medio Heredia Hoy en el cantón? ¿Qué impacto ha tenido?

Yo siento que es muy alto. Ya saben quiénes somos como medio verdad, no saben quién Betania, saben quién es el medio, el medio lo conocen, lo relacionan, en algún estudio que hizo la municipalidad de acá, nos dijeron que era el único medio que aparecía rankeado en el estudio que ellos hicieron no, no tengo más detalles porque no me lo dieron pero, por lo menos, sabemos que si estamos bien, según lo que los seguidores de nuestras redes sociales, tenemos un alcance de seguidores casi 100,000 y un alcance como de 500.000 gentes, eso nos dice que tenemos un impacto, también se ve cuando se publica un contenidos de ya, tembló, cómo lo sintieron y hay gran cantidad respuestas, un suceso en Heredia y hay respuestas de comentarios, la gente interactuar entre sí, como le daba el ejemplo de las vacunas. Eso es una muestra de que hay una buena respuesta de que la gente ha hecho comunidad con el medio

¿Cómo mantener una relación ética y responsable con la autoridad municipal?

Siendo ético y responsable, o sea, ya esos son los principios que debe tener cada uno. Ok nosotros no vendemos notas, si la municipalidad nos va a pautar un anuncio, es pauta, es un espacio pagado, que viene al mercado. Nosotros hacemos entrevistas con el alcalde o con quien sea dependiendo de si nosotros la buscamos y la relación es como debe ser entre un medio y su fuente o una relación transparente una relación ética y respetuosa.

¿Ha tenido que increpar a la municipalidad?

No sé si es increpar el término porque nosotros lo que hacemos es informar. Entonces si hay huecos en las calles y son calles cantonales, nosotros con el respeto que se debe hacer con la cordialidad que se debe hacer gestionamos la entrevista y le preguntamos directamente de alcalde, qué pasa con las calles donde están arreglando, o sea, eso no siento que sean increpar, sino más bien esa relación que debe haber de medios, para condenar contenido porque, eh, el medio es no está para para pelear con nadie, el medio está para informarle a la gente lo que la gente necesita saber entonces creo que si uno mantiene si uno es ético y respetuoso no va a tener problemas con las demás autoridades, porque ellos lo van a tratar de la misma manera.

¿Y cree que puede influir en la información?

Creo que de la misma manera que, por ejemplo, Casa Presidencial puede tener relación con los medios, o sea, es el gobierno local, hay una relación, no hay una injerencia, sino que ahí la relación entre medio y fuente. Por supuesto, estamos ante una situación de emergencia, la municipalidad necesita comunicar, que se está atendiendo las personas en el Palacio de los Deportes, que se va a trasladar la recolección de basura. Nosotros lo publicamos, eso no es una injerencia de la municipalidad es información.

Ahora sí, la municipalidad quiere que nosotros vayamos a cubrir, no sé el cumpleaños del alcalde, si eso llega como una invitación, nosotros podemos decir sí o no, no es una imposición, cosa que nunca ha pasado aquí yo ni siquiera tengo idea cuándo cumple años el alcalde, pero es un ejemplo.

¿Cuál cree que es el mayor reto para los periodistas dueños de medios locales?

Quitar la imagen pésima que en medios regionales se han encargado de hacer, medios regionales, sin periodistas al frente, medios regionales que nacen al calor de la campaña política o por intereses políticos de alguien, ese es el principal reto, limpiar esa imagen, por ejemplo, cuando nosotros salimos hace 7 años, llamé al alcalde para pedir una entrevista lo primero que me preguntó fue y eso cuánto vale, yo, no, es una entrevista, las entrevistas no se cobran, decía, es que yo siempre que he salido en el medio que había en ese entonces en Heredia siempre tenía que pagar. Entonces esa imagen es la que hay que limpiar porque son cosas que no se deberían dar. Ha habido y sigue habiendo muy mal manejo de algunas personas que tienen medios, que no los manejan como debe ser, entonces, creo que lidiar con eso es el mayor reto que tenemos, porque lo otro, cada quien sabe cómo administrar su medio,

como en generar contenido, pero esa imagen, esa mala imagen que se ha generado por años es con la que hay que luchar.

¿A qué se debe la consolidación del medio?

Siento que hemos hecho un buen trabajo, que le llegamos a la gente con la información que le sirve, que le interesa, que le llama la atención. La información llega de una forma fácil de entender cercana, me parece que tal vez sea.

¿Hay algo más que quiera agregar?

Que se vuelva a exigir un tema de que haya un periodista al frente de los medios. Gracias a la santa sala cuarta, pues ahora cualquiera puede tener un medio, cualquiera con un teléfono y una cámara, es más, con solo un teléfono que grabe ya tiene, ya se dice periodista y vemos casos de casos y esas cosas son las que manchan el trabajo que tratamos de hacer otros medios, responsablemente. Mientras eso no se logre corregir, la sociedad, cada día va a valorar menos el trabajo de la prensa y va llegar el momento en que, diay, ya no existamos como medios, ya no existamos como comunicadores y en ese momento la sociedad se va a dar cuenta de que realmente hacía falta una prensa responsable. Pero eso pasa por la Sala Cuarta que nos bajó de todo, ya ni siquiera somos una carrera, ya somos un oficio, ya no somos una profesión. Entonces, no sé, qué es lo que tiene que pasar en el país, para que se dé la reacción y se entienda que el periodista tiene una labor importante. Así como usted no va a que le saque la muela el carnicero, entonces no puede ir a informarse con cualquiera que decida llamarse periodista.

Entrevista semiestructurada (Periodista Fernando Gutiérrez Coto, corresponsal de La Nación en Cartago)

¿En qué contexto puede diferir que surgen los medios regionales cartagineses?

Los medios regionales surgen por la necesidad de que la noticia local, que no tiene acogida en los medios nacionales, tenga en ellos un vocero periodístico.

¿Cuál es el primer periódico que recuerda se fundó en Cartago?

Le sugiero, consultar el libro Periódicos y Periodistas, de Francisco María Nuñez, allí se encontrará una serie de periódicos cartagineses a través del siglo antepasado y pasado.

¿Qué características recuerdan que tenían esos medios locales de comunicación?

Lo mismo de ahora, no cubren sucesos, pero sí notas deportivas, culturales, eclesiásticas, comunales, sociales. políticos y municipales.

¿Cómo puede describir el desarrollo de los medios regionales de la provincia?

El desarrollo no se ha dado, por los limitantes de una publicidad restringida y que prefiere los medios nacionales, pero aún así, con mucho tesón se mantienen.

¿Cree que es difícil consolidar un medio de comunicación en la zona? ¿Por qué?

Es difícil su consolidación, muchos han muerto en el intento, por eso el caso de Cartago Al Día, es extraordinario, es el decano regional, ya que desde 1978 está vigente y sigue en su lucha informativa en Cartago.

¿Qué diferencia existe entre los periódicos de antes con los de ahora?

La tónica de los de ayer con los de ahora, es muy similar en el enfoque periodístico, lógicamente, ha cambiado de la imprenta "caliente", al offset y luego a ofrecer dos ediciones, la impresa y la digital.

¿Cuáles han sido los medios provinciales o cantonales de la provincia de Cartago?

Cito nuevamente a Cartago al Día, también Cartago Actual, El Paraiseño, Noticias de Turrialba, Cartago en La Nación, que ya desapareció, El Pilarico de Tres Ríos, entre otros

¿Con el pasar de los años cómo cree que se comporta la población cartaginesa con respecto al consumo medios locales?

Sí se consume, muchas veces porque los medios son gratuitos, pero en general hay una buena acogida.

¿Qué consejo le puede dar a los dueños de medios de comunicación locales?

No puedo dar consejos al respecto, más bien un sentimiento de admiración, a los que luchan por mantener estos medios regionales o provinciales, "contra viento y marea".

Entrevista semiestructurada (Adrián Marrero, miembro del consejo editorial del periódico Cartago Al Día)

¿En que contexto puede diferir que surgen los medios regionales en Cartago?

Bueno, eh, los medios de comunicación regionales de la provincia Cartago son de larga data, el decano hoy es Cartago Al Día que tiene 43 años de ser fundado sin embargo, muchos años atrás también, circuló otro periódico, no recuerdo ahorita el nombre, pero sí sé que lo editaba, la familia de Villanueva y como todo medio comunicación nace con la necesidad de informar e informarse de los ciudadanos y es que los medios nacionales por su nacionalidad, pues les hace muy difícil atender, eh, los medios las noticias regionales.

¿Cuál es el primer periódico que recuerda se fundará en Cartago?

Este que le estoy diciendo lo que pasa es que no, no recuerdo muy bien la fecha. ¿Puedo hacer la consulta?

Okay, bueno, aquí estoy consultando, si quieres lo dejamos y si me responde le digo, si no es ese, o sea, es un periódico que circulaba en Cartago que lo circulaba Jaime Villanueva y creo que el doctor Carlos Villanueva no recuerdo el nombre ahorita, pero si me dan el dato yo se lo digo

¿Qué características recuerda que tenían esos medios locales de comunicación?

O sea, es muy difícil, verdad esa pregunta. Porque eh, imagínense que Cartago Al Día tiene más de 43 años y el otro yo creo que fue como 50 años para atrás. Entonces está complicado responder eso.

Bueno, a mí me parece que lo primero que tienen que difundir son las noticias locales, no dejarse influir por noticias nacionales, porque para eso están los medios nacionales, entonces tienen que tener información y yo diría que al 100% local, verdad, regional. Luego tienen que eh, buscar la forma de ser actuales, luego objetivos. Y noticias que no pierdan la actualidad muy pronto, porque al fin y al cabo los periódicos regionales no tienden a ser diarios, normalmente son semanales quincenales o hasta mensuales.

¿Usted me puede describir cómo se han desarrollado los medios regionales en la provincia de Cartago, en este caso, tomando en cuenta su experiencia en Cartago el día?

Bueno, este, claramente los periódicos están muy ligados al comercio. Esa es la forma de subsistir ellos, me parece a mí que este en el tema propiamente de prensa escrita en el pasado, aunque había menos comercios la prensa escrita era, además de la radio, eran digamos que las únicas formas divulgarse, entonces, los medios escritos están muy relacionados con la prensa escrita. La evolución ha sido un poco complicada porque si uno habla del siglo XX y uno se contextualiza por lo menos en Cartago Al Día que Cartago Al Día nace en el 78. En el 78, es fácil porque hay un comercio que apoya, no hay gran competencia, no hay en ese momento, me parece era el único periódico. Luego La Nación hizo tres intentos de crear periódicos regionales para lograr quebrar al periódico Cartago Al Día y no lo logró se ha mantenido Cartago Al Día durante años. Luego vino otra etapa que ha sido la creación de periódicos o revistas cantonales que de alguna forma lo afectan, sin embargo, pues ahí se ha mantenido. Luego vino la era digital, que la era digital de alguna forma no solo a Cartago Al Día, sino que, ha golpeado a todos los impresos. Sin embargo, con el caso de Cartago Al Día al ser un periódico que se regala y que se mantiene a base de publicidad, pues ha logrado sostenerse. Ah, incluso en medio de la de la pandemia que fue una crisis para todos, pero ha logrado sostenerse. Los periódicos en el tema de objetividad, me parece que siempre han sido, los medios de Cartago, de una u otra forma objetivos y tratando de informar lo mejor posible a la gente.

Perdón, ya le tengo la información del periódico claro, por eso yo no me acordaba porque yo nací en 1965 y este periódico que se llamaba La Semana de Cartago, La Semana de Cartago círculo entre 1958 y 1965 y el director era don Jorge Luis Villanueva. Ese es el primer periódico en la provincia de Cartago que le puedo hacer referencia.

La siguiente pregunta es, ¿Qué diferencia puede atribuirle a los medios regionales de antes con respecto a los de ahora?

El diseño, los periódicos de antes eran más textos que imagen, incluso fotografía. Luego los periódicos evolucionaron, al inicio los periódicos en general, era solo texto, no había fotos, luego evolucionaron a periódico con texto y a blanco y negro. Luego los periódicos solo tenían la portada y la contraportada a full color y el resto era blanco y negro, de hecho, incluso, la publicidad se cobraba, si el anuncio en blanco y negro tenía un

valor y si era full color tenía un valor mayor este. Si había una gran mayoría anunciante que pedían el periódico full color entonces el periódico casi que todo salía en color. Luego evolucionó la era digital, digamos, la forma de imprimir los periódicos, incluso las fotografías y ahora todos los periódicos son full color con fotografías de calidad incluso igual el de Cartago Al Día.

¿Con el pasar de los años, cómo crees que se comporta la población cartaginesa con respecto al consumo de los periódicos?

En Cartago a diferencia del resto del país y del mundo la gente le sigue gustando, eh, tener el físico en sus manos, aunque, no hay que negar que hay un alto porcentaje de las nuevas generaciones de cartagineses que prefieren este el periódico digital el mismo Cartago Al Día, pero no en físico si no es digital.

¿Aparte de Cartago el día de hay otro que llama a Cartago Actual, también por ahí hay otros colegas han mencionado a otros periódicos, cuales más recuerda usted?

El Pilarico de La Unión es otro, Cartago Al día es otro ese que usted me dice, no tengo mucha referencia. Yo creo que hay ocho que se llama El Turrialbeño y El Paraísoño

De estos que menciona, ¿Cartago Al Día y Cartago Actual son los únicos impresos?

No, bueno, Cartago actual yo no sé, tengo tiempo de no verlo, pero no tengo mucha referencia este y Cartago Al Día, sí, siempre ha mantenido su publicación física quincenal histórico.

¿Cómo fue la fundación de Cartago Al Día?

Bueno, Cartago Al Día, se unen dos amigos que eran, Juan Ramón Gutiérrez, que era un periodista muy reconocido de Costa Rica y Ramón Marrero que era Bachiller en Artes Gráficas. Se unen y diseñan un periódico, un diseño adecuado para la época y de ahí nace empiezan a surgir, porque en realidad en ese momento era una necesidad, no había un periódico local en la provincia de Cartago y este luego Juan Ramón Gutiérrez se retira para dedicarse a otras actividades y Ramón Marrero, que es el actual gerente, continúa con el periódico.

¿Y esa misma necesidad es la que usted puede decir que motivó a los demás medios de comunicación de acá, de las zonas ya cantorales o provinciales a fundarse?

Bueno, yo creo que los provinciales, no sé si hay otro provincial, pero si existiera yo creo que ya no habría esa necesidad, verdad, porque ya ahí tenía Cartago Al día, como le dije tiene más de 43 años, me parece que ya debe ser con un tema comercial diferente en lo de los cantones, porque efectivamente al ser Cartago Al Día un periódico provincial uno no puede decir que es un periódico local de El Guarco o un periódico local de Turrialba, porque, Cartago Al Día, es un periódico regional de la provincia.

Grupo Focal: Lectores del periódico El Guarqueño.

Realizado el 25 de febrero del 2022

Betzabé Sánchez Piedra (Vecina de la comunidad de Hacienda Vieja. Abogada.)

¿Qué tanto conoce u oye hablar del periódico El Guarqueño?

Bueno, sobre el periódico El Guarqueño de que sea un medio masivo hacia el cantón es muy poco. Lo conozco por algunas otras circunstancias, pero que sea un medio que constantemente, pues sería visualizado en redes sociales o que se converse dentro de la comunidad es realmente muy escaso.

¿Cómo describiría a este medio de comunicación?

Eh, para mí el periódico es más un medio publicitario que un medio informativo, dado de que como decían las compañeras, ¿eh? Eventualmente, pues estaba en físico y más, pero siempre fue como medio donde especifica que se dio algún servicio de odontología, ¿eh? De pintura y demás, pero no información propiamente de lo que estaba pasando, ¿eh? En el cantón, ¿verdad? Yo pienso que un periódico su principal característica debe ser las actividades, ¿verdad? Porque debe decir realmente cómo se están llevando los hechos en nuestro cantón como ocurren y no paras malos, verás solo como un modo de publicidad porque al final de cuentas pues el medio no estaría abarcando, pues el fin, verdad que ese abrazo sobre la actualidad del cantón que viene nosotros sabemos que tiene muchísimas necesidades, pero no le estamos dando prioridad a las mismas entonces para mí sí es un medio más publicitario.

¿Cómo cree que se maneja el balance de la publicidad con la información?

Sí, bueno, tal vez, para incorporar un poco de lo que mencioné primero pienso que un medio de comunicación tiene que reflejar como una ideología determinada, es decir, que llegue realmente al lector, con un enfoque particular lo que no hace este medio de comunicación, a mi percepción, verdad en este caso como les decía, pienso que es más un medio publicitario que un medio informativo yo entiendo que, eh, pues debe de tener publicidad para poder mantenerse y poder distribuirse, pero también hay una forma de estructurarse, verdad, dentro de las partes del periódico, saber en qué posición debe ponerse más como decía la compañera Roxana a ese equilibrio, sería básicamente necesario, simplemente en este caso, sí he visto que este periódico ha enfocado a algunas, finalidades, subjetivas para realzar, tal vez, algunas gestiones municipales o gestiones más políticas y no enfoque propiamente de la comunidad, como bien decir algunas de las compañeras, qué importantes sería desarrollar un tema que se yo sobre el deporte, en ver las necesidades que hay y que un especialista en materia, pues especifique, cómo poder desarrollarse y alcanzar más a otras poblaciones también vemos que decía algunas de las compañeras y es muy cierto, se enfoca más como el distrito de El Tejar pero cuántas personas no conocen el cuarto distrito que es el distrito de Patio de Agua, verdad, que es el distrito más abandonado de este cantón y es el que más se desconoce y es sumamente hermoso y precioso, cuántas notas maravillosas se podrían abarcar y también ayudar a nuestros vecinos para que puedan pues impulsar su productividad. Entonces yo pienso que un medio de comunicación debe visualizarse propiamente, pues a varios sectores, está bien el político el municipal y más pero enfocarse también en el social, verdad y comunal, qué es lo que a nosotros nos representa, entonces realmente a mí este periódico sí me queda debiendo bastante porque no representa realmente lo que es el cantón de El Guarco

¿Cómo cree que es la relación del periódico con la autoridad municipalidad?

Bueno, el propósito como sabemos de un medio de comunicación, es informar, educar entretener y ser objetivo y este medio de comunicación no es objetivo, porque entiendo que la persona que maneja este periódico es funcionario municipal, entonces, si se presenta alguna denuncia, qué sé yo, de infraestructura vial porque pasa lo siguiente y los vecinos están muy molestos y desean plasmarlo para que sea escuchado y que así tengan una respuesta a la municipalidad, pues la persona no va a poder ponerlo en el periódico, porque ahí hay un sentido de intereses, verdad, tengo que respaldar a mí, como funcionarios

municipal y no puedo llevarle la contraria a la autoridad municipal. Entonces acá, es donde, este medio de comunicación pierde el propósito y por lo tanto también pierde credibilidad, por lo tanto digamos yo para ver el periódico El Guarqueño, sería muy difícil y más bien pensaría que los que invierten y pagan publicidad para que vean sus negocios, pues creo que estarían perdiendo ese dinero porque es muy poca gente en la que lo lee porque así como yo lo comento lo comentan muchísimas personas más y es una lástima porque hay otros medios de comunicación que son también, tal vez informales, pero atrae más al lector por qué, porque hacen las denuncias, buscan las medidas, eh, van y buscan a las personas que deben de responsabilizarse, le dan espacio a las personas que comenten sus necesidades y ver también como resolverlas y todos sabemos muy bien que la forma para que podamos resolver nuestra situaciones también cierta forma es hacerlas virales, verdad. que la población las conozca entonces es muy difícil que un periódico que no es objetivo lo haya a realizar, entonces para mí es una lástima que un periódico que nació eventualmente, en un inicio muy bien periódico y que se hace llamar El Guarqueño pues no cumpla, pues las características esenciales que es respaldar, pues a la comunidad guarqueña, sino más bien decir que todo está bien, que si se presenta alguna labor y demás, es lo que se pone en el periódico es alabar a la gestión municipal que es alabar a x regidor, a x síndico, pero al final de cuentas, pues no estamos viendo la realidad, verdad de este cantón y es por eso que este cantón tampoco avanza porque no hay medios de comunicación formales que respalden por las necesidades de las mismas.

¿Qué cree que le hace falta a este periódico?

Objetividad básicamente, objetividad y que mejor le cambie la visión a que no se llame periódico El Guarqueño si no, periódico municipal.

¿Considera importante que este periódico difunda información por el medio digital?

Si se vuelve un medio objetivo. Pienso que sí, pero mientras tanto mejor que no incluya lo digital.

¿Ha incidido la información divulgada en el periódico El Guarqueño en su opinión respecto a algún tema?

Di bueno, sabemos que los periódicos tienen que detener diferentes secciones, segmentos, de deportes, salud, política, comunal, pero al final de cuentas el periódico como tal y como lo hemos hablado, no lo contiene, entonces para mí, pues no ha incidido en lo absoluto.

Pienso y sostengo que más bien debe de cambiarse el nombre y lástima como esta página que decía Roxana más bien optaran por formarse un periódico, a pesar de que, sea un medio informal pienso que notas, eh, bastante importantes de hecho hasta de diversos temas he visto, eh donde explican hasta materia municipal cuando hablan sobre mociones en materia del consejo como tal, he visto denuncias, he visto que se pierde un perrito y lo publica no estoy diciendo que el periódico lo haga, pues pero pienso que también, en la parte híbrida, verdad, que estamos hablando tanto lo físico, como lo digital, pues de eso también se trata, pero como tal el periódico no ha decidido en lo absoluto en mi persona, eh? Pienso que se debe de garantizar y si desean continuar, pues que tengan un mayor alcance, pues nos acontecimientos, eh, a nivel de nuestro cantón y como menciona alguna de las compañeras también a nivel de la provincia. También quiero agregar que claramente es muy importante, pues, adecuar en lo que llamamos la revolución informativa. Porque estamos haciendo los requerimientos de la de la nueva generación entonces y, por lo tanto, se llega a más público cuando se tiene páginas digitales como redes sociales, verdad, pero en este caso a mí me duele mucho pues este tema del periódico y les doy mi sincera este medio de informal como decía Roxana la voz de El Guarco, llama mal la atención de elector que este mismo periódico. Entonces aquí es donde vemos que hay un desbalance y no sé quién será la persona que administra este medio informativo, pero para mí es mucho mejor no sé si es profesional en la materia, pero es mucho mejor que este periódico.

¿Qué desempeño cree que tienen los medios de comunicación locales como difusores de información?

Es que es relativo porque digamos, no sé si nos referimos también a los informales, porque digamos el único que yo conozco que sea formal, bueno que se supone que sea formal, pero todos lo sabemos, bueno en mi caso que yo sé que no es así es El Guarqueño, pero de un medio como tal verdad que contenga pues todos lo requerido hay varias páginas que son

informales. Hacienda Vieja Comunica, en La Voz de El Guarco, Guarco Hoy creo que es que se llama, pero no sé si puedo se pueden tomar en cuenta eso los informales.

Hay muchos medios informales en el cantón que tiene mucho impacto desde el ámbito social como un político y también de entretenimiento, que son los que ya te mencioné, verdad, pero en este caso los informales y pienso que sí hay muchos de esos medios de comunicación especial La Voz de El Guarco que se han incidido en mis pensamientos y también me han informado de temas que yo desconocía.

¿Cuáles son las necesidades informativas que observa como ciudadana o ciudadano del cantón de El Guarco?

Pienso que el medio de comunicación debe de incluir todo lo referente, pues a salud entretenimiento, deportes, políticas, cultural, algunas temas está bien municipal, pero que no todos como hablamos a ver qué municipal de hecho a mí me duele mucho porque uno de los, eh, el equipo es de sin fines de lucro, de fútbol estuvo en la tercera en la etapa de nacional, lo que tuvieron un tercer lugar a nivel de todo el país en el pescado recurso económicos y esa nota no fue expuesta ni en el Comité de Deportes ni en este periódico, ni en la municipalidad.

Entonces no es solo abarcar, pues temas que sé yo de las necesidades de las comunidades claramente, sino, también de las poblaciones y grupos organizados que han surgido en este cantón porque acá hay muchísimo talento pero nosotros como igual que ellos desconocemos, pues todas estos aspectos entonces pienso que se debe establecer pues diferentes secciones en el periódico o segmentos donde abarque todos estos temas y también pues a ver qué sé yo algún tema de por hablar en este caso en materia de violencia doméstica y que abre un experto en materia pues cómo se puede denunciar. Pues está bien a marcar el aspecto que tomamos como negativo, pero también darle una solución creo que eso también trata un medio de comunicación entonces básicamente sería ser más responsables en la hora de divulgar, las noticias y establecer y conocer propiamente los acontecimientos que pasan pues en nuestra sociedad guarqueña.

¿Se sienten informadas sobre el acontecer del cantón?

Yo de cierta forma sí me siento informada, tal vez, por las organizaciones del cantón, en las que estoy de verdad. Más que todo por ser sociales y comunales sé, bueno en algunos

sectores, pues las eficiencias que tiene, pero es porque uno camina y las observa, pero tal vez como decía algunas de las compañeras que trabaja en San José que realmente pues no pasa mucho acá en el cantón, en general, la población desconoce. Y es por eso la importancia de que haya un medio que realmente sea transparente e informe y de tal forma también muchos que acá en las escuchó que tienen bastante conocimiento hasta podrían, pues aportar de su expertis o de su profesión que yo creo que como decía Ivette hay que unificar los esfuerzos acá y aquí hay muchos especialistas, muchas personas que pueden dotar de muchas herramientas, pero sí en su mayoría serán necesidades de seguridad ciudadana eh también la deficiencia en materia deportiva. El distrito de Patio de Agua, que hago mucha mención, me duele mucho en el sentido de que es un distrito donde tiene un camino y disculpen la expresión por un camino de caballos, que usted para entrar, no hay un bus no hay nada o sea, tiene que caminar hora y media y siento que para el siglo que estamos es imposible que un distrito, no es una comunidad, un distrito de nuestro cantón, pues no tenga la necesidades, no hay un no tienen área de salud, la escuela, pues no está en buen estado, entonces, todos esos factores, pues a uno hace como guarqueño que ama a su cantón, pues sentirse triste y ver que al final de cuentas pues tampoco la municipalidad como gobierno local, está cumpliendo como con su labor y acá donde insto y creo que fue Irene la que me robo la idea, digo yo, pero no, no mentira. Ella lo dijo primero que importante vos Smith, una persona, sumamente objetiva con un gran futuro en tu profesión, que podas, pues optar, verdad, porque en invitarte, tal vez, todas nosotros a que puedas incorporar un medio de comunicación que pueda abarcar todos estos temas y sé que lo harías genial y también lo que te pueda, eh, servir desde mi profesión, ahí estamos también. Ojalá que lo tomes en cuenta.

Gisenia Mena Mora (Vecina de San Isidro. Estudiante de Lic. Ingeniería Química)

¿Qué tanto conoce u oye hablar del periódico El Guarqueño?

Bueno, por conocer, se podría decir bastante porque cuando bueno este dio inicio, sí, sí, me gustaba leerlo. Y si lo encontraba cerca de mi casa, pero tengo un negocio local, entonces era fácil obtenerlo, pero sobre, qué tanto habla de él es muy poco al inicio, tal vez sí se conoció de una manera más masiva, pero conforme han pasado los años su conocimiento o saber sobre él ha ido disminuyendo de una manera exagerada, por lo cual prácticamente hoy en día no escucha de él.

¿Cómo describiría a este medio de comunicación?

Sí, bueno, respecto a eso sí, concuerdo mucho con mi compañera anterior, verdad que acabo de hablar, siento que diga.

Aunque sea el inicio si da noticias importantes, pero se fue convirtiendo más en algo de publicidad mucho anuncio sobre negocios sobre locales del lugar o de mi punto de vista a veces daban noticias que consideran innecesarias o poco relevantes para la comunidad, que en realidad no tenía como si una importancia, que no representaba un problema o la realidad que se vivía. Siento que llegó a perder como ese rumbo de informar cómo se encontraba la comunidad en realidad y se fue perdiendo y perdiendo y mucho de eso llevó que se dejara de consumir al menos para mí como dicen al inicio, era gratis y a veces me gustaba leerlo, pero poco a poco venía más noticias, ¿eh? sin importancia que se volvía como aburrido, más bien leerlo o adquirirlo por lo cual desde mi punto de vista siento que al convertirse tanto como dijo la compañera en algo de publicidad y en realidad poco importante para la comunidad, también tuvo que ver con que se redujera mucho el consumo.

¿Cómo cree que se maneja el balance de la publicidad con la información?

Bueno, para empezar. Sí, sí, manteniendo como mi comentario en relación al que considero que hay más publicidad que noticias y más importancia a la publicidad porque al menos digamos que no revisan las primeras páginas siempre era como una bueno un anuncio publicitario arriba, uno abajo y al centro la noticia una principal, pero desde la primera página ya se ve como, bueno por decirlo de una forma muy excesiva esa publicidad como queriéndola mostrar mucho. Y uno entiende, si tiene que subsistir de alguna manera, pues crearlo y poder distribuirlo, pero en busca a tener eso mantenerse, creo como dijo creo que la profe Ivette perdió el rumbo, perdió el norte a lo importante que es centrarse en la comunidad y no solo en una sola, el cantón de El Guarco es bastante grande, tiene bastante lugares y solo se habla lo mismo, se perdió como esa esa punto vista, tal vez por decir lo importante que realmente dejaba que cuando usted leyeran una noticia diga, sí, esto me interesa, sí es importante, sí, me permite entenderlo. Ah, bueno, al menos desde mi punto vista yo siento que perdió como eso de agarrar a lector y hacerlo entender acerca el lector, digo, bueno, si este periódico me da a entender y me permite realmente conocer a mi comunidad y nosotros donde vivo sino en general a todo El Guarco convirtiéndose en algo

de más de saber dónde está, esto saber dónde está el otro sí, claro es importante, pero al volverse tan exagerado y de mostrarlo tanto de una forma tan general, creo que perdía como esa atención del lector a una noticia primordial, algún problema o como mencionaba la compañera lugares que prácticamente son parte de aquí y nunca se mencionan y que tal vez necesitan que se les ve más importancia para poder, avanzar como comunidad. Entonces siento que se perdió eso al menos desde mi punto de vista, siento que se volvió más como un 80/20 o un 70/30 en publicidad más verdad siempre hace como manteniendo el mayor margen y perdiendo al menos para mí la parte comunicativa que hace que el lector se interese y permite que uno les siga consumiendo. Si uno no le agarra interés en este caso nada a un periódico, verdad que es un medio de comunicación se supone en forma, cuesta mucho seguir consumiéndolo prácticamente se vuelven algo. Bueno, no, ya casi bueno, aparte que todo ahorita están en las redes sociales, pero aun así ni siquiera en redes están activos entonces siento que se pierde como esa parte esencial que permite que el lector se interese y siga consumiendo.

¿Cómo cree que es la relación del periódico con la autoridad municipalidad?

Sí bueno en este caso eh yo también tenía conocimiento sobre quién era verdad él por decirlo cierta manera el coordinador del periódico y que esta relación eh a lo que es municipal. Entonces siento que es como un choque intereses ya que diay a nadie le sirve verdad e inclusive poner en mal a donde trabaja, entonces siento que es cierto manera se pierde como esa realidad ya que al menos punto de vista siento que quien debe manejar un periódico que se supone informa sobre una realidad que se vive constantemente debería ser gente totalmente externa a ese lugar no considero que sea como correcto, si yo a la hora de escribir el periódico por qué, porque yo no voy a dar a conocer los errores que cometen el lugar donde bueno donde yo trabajo, sino que cierta forma voy a dar lo bueno lo positivo como se hizo esto se hizo el otro entonces, se pierde como también o se distorsiona de cierta manera, la verdad no mostrando lo bueno tal vez todo completo, sino solo una cierta parte permite que esta se vea como bien, entonces se pierde como ese sentido. Y siento que digamos, se le da como importancia tal vez a las acciones que realizaba la muni. Yo hace tiempo, creo que desde que empezó la pandemia, le perdí casi que todo el hilo hace periódico ya que no lo volví a ver físico y ni siquiera sabía que tenía una página, en verdad, en redes sociales, hasta que usted nos proporcionó los links ayer y pude darle una ojeada a todo, pero siento que nunca tal vez,

se tomaba el tiempo como de preguntarle a las personas sobre, en este caso, problemas de ellos mismos el relación a la municipalidad, problemas con las casas, que impuestos, que inclusive a veces les digo, por ejemplo, un ejemplo, la basura que a veces venía más alto de lo normal y tienes que ir a pelear hasta la muni para saber qué era. entonces siento que tal vez nunca preguntaron desde el punto de vista del consumidor o nunca le preguntaban a la persona, qué pasaban relación a la municipalidad, sino que solo se centraron, desde la municipalidad hacia fuera no es de afuera hacia adentro y se perdió como tal vez esa realidad que lo hacía viable que hacía que nos enteramos realmente, cómo se estaba manejando el cantón perdiendo totalmente el sentido que realmente merece, en este caso, lo que la municipalidad para poder uno saber cómo se encuentra, en qué estado se está basando quienes de cierta manera nos rigen como pueblo.

¿Qué cree que le hace falta a este periódico?

Sí, bueno, respecto a lo que le falta, informar, siento que le falta dar a conocer mejor la realidad que se vive en el cantón. Conocer más los lugares, eh, dar noticias que informen realmente que sea necesarias y que se centren en buscar más, bueno en alguna forma de que se dé a conocer más las cosas, no todo los centrarse lo mismo no solo centrarse a la publicidad, sino balancear y poder tener algo que haga que las personas se interesen realmente por seguir consumiendo.

¿Considera importante que este periódico difunda información por el medio digital?

Sí, de acuerdo con la compañera, si cambia como también la forma de comunicar y se vuelve a centrar en esa misión principal verdad e inclusive en su visión a futuro, eh? podría expandirse en redes sociales de una manera más concreta. Ya que bueno, prácticamente hoy en día, todos los jóvenes inclusive todas las personas utilizan las redes sociales, como la base social de su socialización, por lo cual esta es la que permite que, eh, un país o una comunidad está informada de todo lo que sucede entonces. Si cambiaran tal vez la forma en trabajar. Sí, podrían expandirlo haciendo que este tenga más consumidores, inclusive una mejora para sí mismos, tal vez de cierta manera, se tengan que evitar tanta publicidad porque no necesitan así pagar, algo físico o cosas por el estilo, llegando al balance necesario y haciendo que sea interesante.

¿Ha incidido la información divulgada en el periódico El Guarqueño en su opinión respecto a algún tema?

No, en mi caso la verdad que no, eh, admito que desde que salió lo leí, creo que la primera edición hasta bueno creo que hasta la pandemia que empezó que le perdí totalmente rumbo así que la verdad siendo sincera, no.

No ha calado de cierta forma en mí algún tema que yo diga, mira, sí, este tema es interesante, este tema me permite, eh, tener un punto vista distinto o me permite entender mejor una situación, al menos en mi persona no ha logrado como complementar, en mi pensamiento algo esencial algo que me permite tomar una decisión o basarme en ello para algo necesario. Ese sería mi punto de vista.

¿Qué desempeño cree que tienen los medios de comunicación locales como difusores de información?

Bueno, creo que es variado, depende del medio que uno decida informarse, cada uno se basa un objetivo, que lo intención que se tenía, entonces, da la importancia de la difusión que tiene porque te permite conocer, esos aspectos sin entrarnos específicamente en ningún medio, así como no específico diría que es variante ya que algunas veces, permite realmente conocer y te informa, lo que necesitas, te dan a pensar inclusive, puede llegar a hacerte cambiar el punto de vista pero muchas veces el periódico se vuelve neutro haciendo que este no tenga el relevancia para uno entonces creo que dependiendo el medio si es importante o si tiene un impacto en una difusión, verdad que este tiene en relación a los ciudadanos.

¿Cuáles son las necesidades informativas que observa como ciudadana o ciudadano del cantón de El Guarco?

Bueno de mi parte considero que debe abarcarse, en sí, todas las áreas posibles, todo lo que conforma a todo El Guarco, tanto como distintos aspectos deportivo, artístico, municipal, es bueno todos en general, permitan conocer realmente cómo se está manejando, verdad el lugar y también siento que inclusive quiénes hacen el periódico, verdad que quienes hacen este caso se encargan de buscar las noticias y redactarlas, buscar más ellos mismos informarse siento que a veces para hablar de un tema inclusive que conocer sobre ese tema un poco entonces considero que también hace falta como a las que lo crean, verdad, esa esa

experiencia tal vez en el sentido de conocer un poco más de las áreas de las que habla y no solo venir a los ciudadanos, sino, también sí es posible pues buscar especialistas que puedan explicar un tema pero que permitan realmente qué es lo haciendo que si hay una actividad, que si hay un problema en el ebais, O que si hay un problema en general en la municipalidad o un accidente en algún lugar, como no sé un puente que deje de funcionar o cosas así, siento que eso es lo que deben de reportar en general todos esos casos que nos permitan conocer como realmente se encuentra en nuestro cantón para también de esta manera, uno mismo tener presente esas cuestiones que permiten que uno digamos si tiene ir a un lugar está informado y puede evitar total cosa o participe, en tal cosa inclusive uno mismo comparta la información que ellos nos brindan haciendo que más personas puedan ser partícipe de ello.

¿Se sienten informadas sobre el acontecer del cantón?

Okay, yo podría decir que como un intermedio porque bueno, la mayor parte lo que conozco y me informo, viene ya sea por grupos de la comunidad de San Isidro que es donde vivo actualmente o por mi trabajo. En el lugar donde yo trabajo es como muy central, en relación al cantón de El Guarco, entonces llega gente todo lugar y muchas veces le cuentan uno, como las problemáticas que tiene el pueblo, que caminos o esto, verdad, situaciones. Entonces a pesar de que tal vez no es por un medio propio siempre logré informarme de los tal vez casos más importantes, más relevantes, de mayor gravedad que suceden, permitiéndole tener un conocimiento un poco mayor de la situación, ¿verdad? Entonces siento que diría como un intermedio porque no estoy informada a todos ya que no estoy como siempre activa en grupos o algo por el estilo que me permita saber, grupos que se están entender los problemáticas, verdad, buscar las conoce las resolverlas, sino que, yo me encuentro como otra área, pero siempre está como ese intermedio entre, que yo me informo por las personas que son de los lugares en donde se encuentra en este caso la noticia por si lo cierta manera y me permite entender cómo se está bueno basando. Entonces se diría que mi conocimiento es como un intermedio del cantón.

Jimena Ortega Ramírez (Vecina de Barrio Nuevo. Estudiante de Ingeniería Civil.)

¿Qué tanto conoce u oye hablar del periódico El Guarqueño?

La verdad sí lo he escuchado creo que antes salían físico, si no me equivoco, porque igual había un negocio por acá cerca, entonces uno iba a comprar las cosas y siempre voy a comer esa sección de periódicos que uno lo que hace es como darles por ahí un vistazo, pero en redes sociales, que ahora es como lo más fuerte en cuanto a este tipo de medios de comunicación tan locales creo que no tiene como tanta participación uno lo ve más en otros medios en otras páginas, que pues no son tan oficiales como lo es este periódico, pero sí en redes sociales físico ya no lo volví a ver y en redes sociales, lo veo muy poco como que actualizan su información o brindan muy poca información o muy básica.

¿Cómo describiría a este medio de comunicación?

Sí, yo de verdad concuerdo con lo que decían las compañeras para mí, bueno, esto de los periódicos ha ido siento que disminuyendo bastante con lo que es la tecnología, pero sí me acuerdo de sentarse uno leer un periódico y no solo digamos una noticia, ponen una noticia y siempre va de la mano en alguna columna de la opinión de un profesional en el tema de algún tipo de explicación. Porque a veces son temas, que pues uno desconoce, entonces, creo que el periódico en sí, El Guarqueño disminuyó la calidad, porque al fin y al cabo no comunicas sobre una problemática o una situación que se está no el cantón, sino que te vas más a algo publicitario, promocionas tu negocio y bueno, está bien, es parte de me imagino que la publicidad también en los medios de comunicación, pero siento que el informar tendría que ser como el punto más exacto y el objetivo general de un medio de comunicación. Creo que el periódico ahorita lo describiría como que no informa realmente a la población y no está dando como ese mensaje que uno espera al de X o Y tema, tengas algo de información y además podrás comprender por medio de opiniones de profesionales que es lo que usualmente uno le en un periódico acerca de una noticia, eh, en este caso pues no brindan esa información completa si no completa publicidad.

¿Cómo cree que se maneja el balance de la publicidad con la información?

Estuve viendo el link, qué bueno, vos nos enviaste para poder ver y dar una opinión más certera y ya uno comprueba así, o sea, leyendo el periódico se daba cuenta que tanto y creo que de primera impresión uno lo puede ver en la portada y prácticamente los bordes que ocupan más de la mitad de la página y son publicidad y okay, estamos bien, hay que me imagino que eso es algún tipo de pago y que tiene que ver con la parte también económica

que tiene que mantener el periódico. Yo siento que en el periódico se trata de mantener un equilibrio entre mantener informado a la persona y también este asunto de la publicidad, lo que pasa es que siento que no se maneja de una forma correcta porque si uno ve las noticias son muy limitadas y como mencionan las compañeras anteriormente, pues el cantón El Guarco es grande, tenemos muchos distritos, tenemos muchas zonas ahí infinidad de problemáticas, que uno siempre vas X o Y el lugar y escucha de es que hay cierto problema con el agua de este sector es de la infraestructura de este de este lugar este puente, o sea creo que mucha información de donde sacar de donde se le puede comunicar al pueblo para creo que informar y esta parte de la información te lleva a tomar acciones, entonces siento que ahí se limitan muchísimo básicamente a Tejar se limita muchísimo lo que es Tejar y no toman en cuenta las diferentes zonas y los diferentes situaciones que sea que siento que es lo que debería mantener comunicado entre sí al cantón y es lo que brinda como esa, al final todos comunicación, cierto, entonces necesitamos que pues la gente se informe y un periódico es uno de los principales medios. Entonces, qué pasa si no estamos siendo equitativos en esa parte, creo que ahí es donde radica el problema y ahí es donde podemos una un desnivel por decirlo así entre publicidad-noticias, creo que sí es sí es algo que cuesta se ve muchísima política en los periódicos habló muchísimo de la política y está bien, es parte informal, pero creo que también tiene como que expandir más conocimiento y a lo que quiere llegar y lo que quiere informar para poder cumplir con que usted diga, okay, está bien vio que una simple conversación que esté uno con ha visto que en el periódico mencionaba esto y esto.

Creo que eso es la finalidad de un periódico y aquí, pues la verdad es muy limitada esa relación que puede existir y se concentra todavía más en la parte publicitaria que de acuerdo, está bien. Pero siento que necesita un equilibrio porque lo que tratas de informar es de que la gente sepa.

¿Cómo cree que es la relación del periódico con la autoridad municipalidad?

Yo creo que tiene que tener una clara relación cierto, porque mucho lo que se informa en este tipo de periódicos cantonales, pues estamos relacionado con noticias de la municipalidad respecto a pago, servicios, interés, muchas cosas, ¿verdad? Pero sí siento que tiene que haber como una transparencia, o sea, uno no tiene que influir con el otro en cuanto a temas que necesitan, diay, uno esperarí que la comunicación que se le dé al pueblo, sea completamente

verídica y que no está influenciada por nada, tristemente en la realidad no funciona así, a veces este tipo de cosas funciona para dar una imagen como mencionada de las compañeras, pues que va a favorecer como lo mencionó creo que fue la primera compañera tampoco tenía conocimiento, de quien manejaba esto ahorita lo escucho, pero claro que hay un tipo de influencia, que pues no es como lo mejor si uno quiere transmitir un mensaje transparente y que sea claro y que lo que haga sea informar de una forma justa porque al fin, el fin de todo esto es que la persona que lo lea comprenda y realmente no está al tanto de lo que pasa, eso son los medios de comunicación, eso es su función desde mi punto de vista, verdad, pero creo que sí tiene que haber una estrechas entre ambos criterios, pero sí, algo que no, que no influya, ya digamos lo de una forma personal o por un juego de interés, me parece a mí, pero sí, claro tienen su relación, pero hay que ser muy cuidadosos y creo que esto es una cuestión de ser profesional a la hora de pues decir, okay, vamos a dar esta noticia, vamos a comentar esta información, vamos a exponer esto, el otro, pero sí, claro, están estrechamente relacionados muchas veces no se da la mejor manera, pero si hay una relación que tiene que existir.

¿Qué cree que le hace falta a este periódico?

Yo creo que concuerdo con la compañera, información, dar un mensaje que sea necesario que sea productivos de acuerdo a las necesidades, pues del cantón y una clara como un rumbo una objetividad completa que se llegue a un punto que sea pues claro, preciso y que comunique que sea de su comunicativo.

¿Considera importante que este periódico difunda información por el medio digital?

Sí, a mí me parece que sí es muy importante el poder que tiene ahora toda esta cuestión de la tecnología es lo que y pues mueve prácticamente las masas, pero sí siento que si usted quiere dar una buena comunicación, quiero realmente informar como mencionaba ahora una compañera, hay que invertir en eso, entonces creo que tiene que ser como un mensaje, claro, exacto una forma de comunicación, pues que se haya llamativa para las personas, aunque al final necesitamos nosotros informarnos, pero uno siempre va a buscar aquí en medio que le dé información clara este que sea de una forma distinta creo que hay ahora hay muchas formas de comunicar muchos herramientas que existen entonces creo que debería como de

incorporarse a esa parte, pero como lo mencionó de una forma clara, de una forma concisa y que capte realmente la atención de lector.

¿Ha incidido la información divulgada en el periódico El Guarqueño en su opinión respecto a algún tema?

No diría que no, porque como lo hemos venido mencionando, creo que la información es muy como un cierto favoritismo temas más que todo municipales recuerdo que para las votaciones municipales llegué a leerlo en publicaciones, pero por Facebook y pues ahí le dice ciertas cosas ciertos perfiles de los candidatos, pero eso ha sido como lo más cerca respecto a la pregunta que mencionas pero directamente y te diría que no, o sea, siento que es muy muy poco el objetivo que le dan el objetivo informativo que le dan a este periódico entonces en este caso, pues no, no podría decir que es algo que ha influido completamente.

¿Qué desempeño cree que tienen los medios de comunicación locales como difusores de información?

Sí, yo creo que sí tiene muchísimo impacto, pero concuerdo con la primera compañera, creo que los informales deberían ser todo lo contrario, uno debería informarse por un medio de comunicación que sea de pues que te dé más veracidad. Creo que ahora estos medios informales sí influyen demasiado porque bueno, ahora pues eso en toda la pandemia y muchísimas otras más noticias que se dan uno escucha los comentarios en los vecinos y los mismos familiares de viste lo que publicó tal página y en tal página publicaron que va a ver, no sé vacunación abierta hasta tal hora, o sea, son medios que se encargan de difundir la información muchas veces no son completamente veraces, hay muchas cosas que puede que no son ciertas o son como mensajes que les llegan a las páginas y los publican y las personas pues, como es lo más popular creo firmemente lo que dice y no hay como te digo tanta veracidad, entonces creo que desde un punto se influye, no sí, totalmente influye y más que todo de medios que no son formales donde no podemos asegurar una veracidad.

¿Cuáles son las necesidades informativas que observa como ciudadana o ciudadano del cantón de El Guarco?

Creo que tiene que ser de todo, de todo un poco necesitamos desde una parte cultural, deportiva, social, económica, política, creo que tiene que ser una combinación de todo, no,

no centralicemos solo que noticias que accidentes, noticias, me refiero accidentes, sí son cosas que tenemos que estar al tanto para ver cómo en sociedad buscamos una solución o cómo pues pedimos, verdad los que están encargados en esta situación de que nos den cuentas de qué sucede, porque sucede cómo lo solucionamos, pero creo que una parte donde no sé, es estas secciones que presenten desde atletas o grupos sociales que hacen cierto tipo de actividades sería motivador también para incluir esa parte de la sociedad, que nos informen sobre no sé, se me ocurre un club de leasco, de personas que practiqué en cierto deporte en el cantón y hay personas que realmente tienen talento en el deporte que conozco familiares amigos y que no se les da como esa oportunidad que puedan explotar esa parte, en cuanto apoyo del cantón y hasta apoyo inclusive de empresas y cierto lugares, entonces creo que sí creo que me gustaría ver toda una combinación desde un ámbito social completamente, hasta una hasta información acerca de la situación actual que se encuentra el cantón que sea algo muy diversificado.

¿Se sienten informadas sobre el acontecer del cantón?

Sí, yo diría que sí, la verdad como hemos mencionado y creo bueno, en mi parte las redes sociales, pues es algo que uno tiene a mano todo el día, verdad, entonces siento que por esa parte página, este ya sea Facebook, Instagram, Twitter, lo que sea, uno se mantiene bastante informado, pero creo que de estar informada, a conocer el tema a fondo que está sucediendo. Creo que uno conoce la información muy superficial X se dio, no sé qué, pero bueno, no sabemos el acontecer todo eso que pasa que cuáles fueron las causas que consecuencias está presentando. Creo que parcialmente informada podría ser la palabra en este caso porque no hay como un medio de comunicación que sea explícito en el tema que nos explique qué sucede que va a suceder, cuál es la posición actual. Entonces creo que sí falta y en cuanto la comunicación. Es como te mencionaba parcialmente comunicada porque si siento que me falta información respecto a muchos acontecimientos que se dan.

Irene Cordero Camacho (Vecina de San Isidro. Geógrafa.)

¿Qué tanto conoce u oye hablar del periódico El Guarqueño?

Hola, buenas noches. Yo concuerdo con varias de las chicas al principio sí, escuchaba más sobre este periódico, al menos aquí en mi casa se conocía más de igual forma más que todo

por medio de mi mamá, verdad, cuando hacían un mandado aquí cerca de la comunidad también lo adquiría de forma física, después no volví a ver ejemplares, entonces no, no estoy al tanto, si no, si no volvió a circular de manera física y pensaríamos digamos, pero al menos en mi caso ya yo prácticamente no, no consumo lo que es de Facebook el de más de redes sociales y más que todo lo que a veces reviso es Instagram entonces por ahí no lo he visto, eh? Entonces no sé si sería bueno, digamos la discusión también por ese medio.

¿Cómo describiría a este medio de comunicación?

En mi caso, yo debo ser muy sincera, me puse a leer algunos ejemplares, cuando anoche me enviaste los enlaces, no estaba muy alto de las publicaciones que habían hecho recientemente. El tema que comentábamos compañeros de anunciar su negocio de verdad en él en el periódico no sé si también sea una cuestión de patrocinio, verdad, de cómo se sostiene el periódico y pensaríamos pues que también es parte de la dinámica de la comercial del cantón. No sé una alternativa, por ejemplo, se dio un tema de que los anuncios publicitarios para no dar que tanto porcentaje de verdad de la página a mí, la verdad no, no me causa mayor ruido. Y más bien cuando me puse a leer estos estos ejemplares que venían en el enlace, que me facilitas, me di cuenta de un montón de cosas de actividades de propuesta de leyes, actividades recreativas y tal a nivel municipal también políticos, Eh, me di cuenta de muchas cosas que desconocía, verdad Porque mi caso y creo que no es el único. Yo generalmente salgo todos los días, verdad, mi vida está más que todo en San José y prácticamente la dinámica es de dormitorio, entonces uno más bien a veces le quedaba viendo esa cuestión que debería tener la comunidad, entonces yo la verdad a mí sí me gusta, verdad la idea de tener este de hacer ese esfuerzo y de tener el periódico a nivel local, me parece algo muy positivo.

Me parece que en mi caso yo estoy como más, estoy contenta y más bien me gustaría que tuviera más difusión verdad, porque inclusive lo veo aquí en familiares, vecinos, la mayoría de noticias que se consumen son desagradables, sensacionalistas, accidentes de tránsito, temas de seguridad. Bueno, yo ahorita estoy trabajando propiamente en temas de seguridad y sé muy bien, que lo enfoque que tienen esas noticias, no es el adecuado, está bien, está reflejando una problemática que hay, pero no se aborda desde una perspectiva un poco más objetiva, verdad de que tenga más sustento, sino que simplemente es como bueno, tal persona

le robaron verdad un video de la de la cámara de vigilancia y tal, pero que realmente no está abordando, que se yo, factores de riesgo, problemas, verdad de seguridad objetiva y también subjetiva de la percepción de seguridad que tenga una persona, sino que no miedo digamos que tenga mayor impacto digamos que tenga con que nutra de alguna manera o verdad la perspectiva que tenga una persona. Entonces yo más bien pensaría que sería importante darle más apoyo a este medio, porque en general me gusta el enfoque que tiene, como les decía, no me parece que sean sensacionalistas y sería bueno más bien buscar como esas vías de mejora.

¿Cómo cree que se maneja el balance de la publicidad con la información?

Okay, según los ejemplares, que yo he visto aquí en casa y los que lo revisé en el enlace, que vos me enviaste. Yo concuerdo con Rox cuando dice que cada vez el periódico era de menor extensión, era como más pequeño o al menos eso percibí y en el tema de la proporción verdad de la publicidad, eh sí, sí es cierto las dos compañeras tienen razón, digamos conforme iba avanzando con los ejemplares, más recientes si se notaba que el área de la página verdad, iba ocupando un mayor porcentaje en el campo publicitario entonces en los primeros yo diría que estaba más cerca de tal vez el 50/50 pero ya lo último si era como el 30% publicidad y 30 % noticias, que si bien es cierto, digamos como decía Rox también desde alguna manera, yo sí me puedo dar cuenta inclusive de los servicios este que se brindan en mi comunidad, verdad que muchas veces se desconocen, por ahí no le vería tanto problema igual viéndolo desde una perspectiva de mejora repito, este, pensaría que el tema que también comentan las compañeras acerca descentralizar, verdad el contenido que también es cierto, el cual está principalmente en Tejar, San Isidro y tal, podría ser también una buena solución, para extender más verdad el periódico y dar mayor contenido o verdad y quizás ahora sí iba a lanzar una mejor manera de contenido este de la noticia y también el publicitario.

¿Cómo cree que es la relación del periódico con la autoridad municipalidad?

Esto yo creo que sí, claramente lo dije al principio, verdad que parecía como un espacio bastante de política.

No sé, yo pensaría que también es válido, o sea, habrá que ver también, cuál es el objetivo que persigue el periódico ahora porque puede dedicarse perfectamente a anunciar el quehacer municipal y cuál es el servicio se brindan, por ejemplo, ahora estaba viendo el tema del reciclaje verdad en la página de Facebook y tal y si eso es lo que se quiere hacer, pues se hace, también es válido, pero obviamente el problema radica, en la influencia, como lo decían las compañeras que va a generar, el tipo de noticias que se consume de este desde este periódico que justamente se llama El Guarqueño, verdad, en la percepción de las personas e inclusive a mí me lo, dio habrá que ver, por ejemplo, si soluciona alternativa no sé periódico que se preocupe más por la consulta ciudadana, ¿verdad? Evidenciar la problemática de las comunidades puede ser verdad, pero me parece que también es un tema de cuál es el objetivo que persigue el periódico. Sí también, se cuestiona por un tema de transparencia, verdad que se limita únicamente a comentarlo pues los aportes que pueda hacer la municipalidad o alguna otra institución pública o qué sé yo verdad desde una opción muy positiva. Pero sí me parece más que todo como el tema de cuál es el objetivo que realmente persigue el periódico.

¿Qué cree que le hace falta a este periódico?

Bueno, concuerdo con las compañeras y me devolvió a revisar en la descripción de Facebook del medio de comunicación y si me parecería, diay que lo que puede pasar es que se le cambie el nombre como dice Betzy para que concuerde más con lo que se está haciendo. Porque vean la descripción que dice aquí, dice, precisamente por esa demanda de contar como medio regional que nos permita compartir experiencias entre las comunidades de nuestro cantón iniciativas de las organizaciones problemas de índole social y comunal, así como diversos temas de campo de salud, cultura, recreación es que inició este proyecto El Guarqueño. Entonces yo creo que ahí se perdió el objetivo, al menos ese que se describen en la página de Facebook y podría cambiarse el nombre, simplemente y así no estaría debiendo con publicidad, o si no, pues simplemente sugerir el cambio del contenido, verdad que realmente se ajuste ahora sí, a evidenciar las dinámicas comunitarias no solo como desde la óptica de la municipalidad y todo lo demás .Que no existe de tan contradicción a eso me refiero y ahora sí, gracias.

¿Considera importante que este periódico difunda información por el medio digital?

Okay, sí, me parece importante. Yo creo que desde el principio más bien, ya hemos hecho como como una wishlist, verdad, de qué es lo que se necesita en este periódico. Y lo dije desde la primera respuesta, verdad en el caso como dice Roxana también sería importante que el medio también se difunda por medio de Instagram, por ejemplo, pero que aun así digamos tomando en cuenta también las características poblacionales del del cantón. Sí, siga existiendo un equilibrio, digamos en que es lo que se le distribuye digamos de forma física y también de parte de redes sociales, hay un grueso de la población inclusive que ya supera los 50 años, verdad que sí, consume mucho Facebook pero por ejemplo, personas adultas mayores, no hay garantía de que de que sí acceden, verdad, los a los medios digitales, entonces sería importante como mantener ese balance entre lo digital y lo y lo físico verdad para haya personas si tenga acceso a la a la información.

¿Ha incidido la información divulgada en el periódico El Guarqueño en su opinión respecto a algún tema?

No, realmente, decir que ha incidido no. Bueno, cuando me facilitaste la información con los enlaces simplemente me di cuenta de muchas actividades que se hacen a nivel municipal o por ejemplo en la página de Facebook me estuve enterando sobre los procesos y el avance que ha tenido la vacunación con respecto al Covid-19 y este tipo de temas que sí, solo relevantes. Pero como que ese tipo de noticias ha impactado en mi opinión en mi percepción, verdad acerca la dinámica al cantón, o sea, simplemente me informa como que está pasando a nivel municipal estas medidas, pues se toman algún servicio que se está brindando la comunidad y tal, pero no ha cambiado mi opinión.

¿Qué desempeño cree que tienen los medios de comunicación locales como difusores de información?

Yo creo que son muy importantes y por eso al principio yo decía que este esfuerzo de cuando se creó El Guarqueño me parecía muy importante, verdad inclusive para para un cantón como como El Guarco, ahorita se me fue la mala idea.

Dame 2 segundos, no, yo creo que es muy importante en el sentido de que a veces uno solo como que se enfoca en lo que en lo que ocurre en la inmediatez, verdad en su casa en su trabajo y tal y muchas veces ignora, lo que está pasando alrededor, verdad es como otredad de alguna manera. Entonces yo creo que es muy importante para para informarse inclusive,

lo vería como como un buen recurso, que sé yo, para para promover la cohesión entre la comunidad para convocar a las personas y promover digamos la participación social en esa actividad en ciertos temas de interés, entonces me viene a la mente. Digamos ahorita no está el tema de he recibido sólidos, la parte ambiental, el tema de seguridad, que para nadie es como es un secreto de verdad este esté es más delicado verdad a nivel nacional, entre otros temas entonces yo creo que son recurso muy valioso y que se le puede sacar muchísimo provecho, verdad si ahorita nuestras expectativas, no están en los satisfechos por El Guarqueño, pues en tu caso y te invito más bien crear un medio de comunicación que realmente supla está necesidades y que se aproveche la mejor manera posible buscando siempre el pues las mejoras, verdad, eh, a nivel cantonal. De todas formas, todos estos medios que no son oficiales y tal siempre van a estar sujetos a la percepción de la persona que lo que los emite, que los redacte, de quién lo graba y tal bueno, y lo vemos ahorita, por ejemplo, nivel mundial con el tema de Ucrania Rusia toda la devastación que está ocurriendo, pero este no es el único conflicto bélico y que lleva muchos años muchas personas muriendo, pero obviamente ahorita todo está enfocado en el tema de Ucrania y Rusia, yo creo que nada más hay que partir del hecho de que siempre van a ver estas estas subjetividades. Pero en general los medios de comunicación y a nivel local, me parece un esfuerzo muy muy importante.

¿Cuáles son las necesidades informativas que observa como ciudadana o ciudadano del cantón de El Guarco?

Okay, yo creo que para agregar a la lista de todo lo que han venido diciendo verdad de efectos que me parecen como básicos, verdad que debería contener el medio, cultura, salud, deportes, políticas, y tal me parece que si el medio sería como de mayor alcance inclusive podría, brindar información, acerca de otros temas que yo he evidenciado digamos o que he visto, verdad, la necesidad es que tienen muchas localidades cuando de hecho trabajo de campo, por ejemplo, cómo se realizan x trámites y a cuál institución debo dirigirme yo, como ciudadana para obtener ese servicio. No sé temas de vivienda temas de salud como interponer una denuncia, a quién debo elevar esa situación está problemática que está pasando.

El tema de la opinión experta me gusta mucho que han venido mencionando, quizás algo chiquito, no una explicación, muy larga que provoque que la gente se disperse verdad, en que inclusive no consuma la información, pero sí sería bueno, porque muchas veces vemos la

problemática, verdad y simplemente se quedan opinión popular que si bien es cierto si es válido, verdad, pero siempre es bueno que esté como complementada, no sé, se me ocurre, por ejemplo, hay un tema de cáncer gástrico, en el cantón que se ha venido aumentando entonces sería importante. Okay, abrir el espacio para ver qué opinan las personas al respecto, si estaban enteradas, si no, y eh, complementarlo inclusive contrastarlo con alguna opinión experta, o sea, me gusta mucho, la verdad yo se las compro.

El tema de sacar a la luz y poner sobre la mesa, la realidad de otras poblaciones, no sé el tema de personas adultas mayores y cada vez este viene creciendo, personas con discapacidad como lo decía una compañera por ahí el tema de lescos entre otras cosas, o sea, diversificar ir más allá de los accidentes de tránsito de los videos estos de seguridad que es más que todo lo que a mí muchas veces me enseñan inclusive aquí entre los vecinos. Luego que otras cosas oportunidades de trabajo, por ejemplo, me parece que sería importante si hay alguna, o sea, vivimos en una zona que siempre ha tenido mucha influencia de los parques industriales, por ejemplo, entre otras cosas, creo que sería bueno también tomarlo en cuenta y de momento creo que nada más esas son como las anotaciones que tenía por ahí, verdad de otros temas que también se podrían abarcar, a parte de lo de los elemental, digamos del oasis de lo básico si se quiere.

¿Se sienten informadas sobre el acontecer del cantón?

Yo diría que, también estoy parcialmente informada, verdad de lo poco que a veces me da chance de ver en redes sociales y tal. También, si lo hemos por ejemplo por distrito, yo diría que sí conozco algunos eventos digamos como más significativos se ocurren pero principalmente como lo que es Tejar y San Isidro, en el de Tobosi y muchos menos Patio de Agua como lo viene diciendo Betzy casi que no me entero de nada de lo que ocurre.

A mí me gustaría agregar algo más. Yo creo que sería bueno mapear al menos en mi caso las fuentes de información a partir de las cuales me enteró de lo que ocurre. Puede ser esta que mencionaron verdad La Voz de El Guarco, eh, ahorita y más bien te doy las gracias por hacer ese llamado, y decir bueno, qué es lo que está pasando con la información a nivel local, en tu caso con esta información que me que me facilitaste sobre El Guarqueño, quizás también sería importante mencionar el papel que cumple la iglesia, por ejemplo, también para informar sobre diferentes eventos, como lo dijo Roxana, Amubis, también por ahí uno se

entera de varias cosas. Y también la ASADA, creo que son las principales fuentes de información al menos en mi caso en este momento.

Ivette Rojas Fallas (Vecina de Higuito. Docente de Educación Musical.)

¿Qué tanto conoce u oye hablar del periódico El Guarqueño?

Bueno, eh, contarte que en los inicios sí lograba ver algunos mensajes importantes y de manera física como dicen las chicas. A mí me pasó muy similar, al inicio, durante varios años estuve viendo que se permitía ver más frecuentemente, verdad, e inclusive llegaban y dejaban a veces algunos ejemplares ahí en la escuela o alguien los traía, no sé y por ahí había esa facilidad. De manera digital realmente no sabía que estaba hasta hace un tiempo, que ya vi que había y entonces le puse me gusta, pero normalmente veo que no hay muchas publicaciones recientes, verdad, entonces, si me pasa exactamente, igual que las chicas verdad que pues ha perdido como esa actualización de todas las cositas que van pasando en el cantón.

¿Cómo describiría a este medio de comunicación?

Yo sinceramente no recordaba que tantos, como dicen las chicas, qué tantos anuncios publicitarios. Sí, recuerdo que una de las últimas veces que había visto uno de los periódicos o de las publicaciones más bien tenía demasiada publicidad, entonces, como que de pronto es como, para mí, un poco como chocante, en algún momento yo recuerdo hace mucho tiempo, que, eh, en la primera página normalmente se cortaba de verdad la noticia de por ejemplo, recuerdo una vez que habían hecho una campaña para para una chiquita y cosas como importantes, sobresalientes y otras un poco de política, verdad, que también, tal vez, se mencionan ahí. Pero sí es curioso porque se perdió un poquito el norte, tal vez, por sufragar gastos, económicos, tal vez, el tener publicidad, pues eso, tal vez, afecta un poquito en sí el contenido de la esencia, pues del periódico. Creo que sí, también ha mantenido en algunos en algunos momentos se ha mantenido esa esa viveza de tomar cosas positivas de la comunidad fuera y ojalá que lo siga siendo.

¿Cómo cree que se maneja el balance de la publicidad con la información?

Bueno, en este caso yo quiero aportar, porque todas las chicas quedan, pues han mencionado toda la situación de la información de los comercios, yo me pongo en el lugar de una persona que tiene un negocio y quiere que todo El Guarco se entere de este, cómo es mi negocio o de que vendo.

Tal vez, esto ha servido para que lleguen muchas personas y traten de que su negocio sea conocido, verdad, al darse esto tal vez no han manejado la cantidad de personas que están haciendo la publicidad, no han sabido administrar, porque requieren de muchos recursos para mantener un periódico como este, verdad tal vez, pero si siento que eso debe dosificarse de mejor forma, para que no, llegue a esto, verdad que estamos comentando Tanto anuncio y no tomar en sí, lo importante que es el conocer diferentes actividades que tuvieron, en el cantón, logros de muchas personas o también notas de personas importantes que han hecho grandes cosas.

Por ejemplo, en nuestro cantón, tenemos escuelas que son patrimonio, personas que son muy artistas o personas que trabajan artesanías. Ese tipo de personas muy valiosas y que le dan ese aporte al cantón, el arte mira con Amubis, etcétera y muchas cosas que son importantes, tal vez se ha dejado de lado el informar cosas como decía la compañerita ahí, de otros distritos que están como abandonados no hay información de ellos, han dejado de lado eso, tal vez, por tener ese ese apoyo económico, entonces, sí se debe tomar más en cuenta en este caso y no saturar de publicidad en el en el periódico.

¿Cómo cree que es la relación del periódico con la autoridad municipalidad?

Eh, bueno, realmente se podría decir que hay una afinidad y una relación muy estrecha entre las personas que administran este periódico y la información que se brinda, casi siempre es como, todo es paz y amor con respecto a la información de la municipalidad, precisamente. Incluso algunos de los logros que se han tenido con obras municipales, yo creo que por ahí es donde también se puede mencionar que informan, pero también como para que el pueblo vea que todo es paz y amor y no tergiversan ninguna de las cosas que pasan y no son tan correctas. No podría aportar, pues, más de lo que ellas han dicho y si eh diría, que la relación definitivamente es un poco estrecha entre el periódico y no hay ningún tipo de crítica, se ha perdido eso un poquitito con respecto

¿Qué cree que le hace falta a este periódico?

Le hace falta mejorar su forma de hacer el arte o en este caso administrar la publicidad, le hace falta eso que sea más agradable y que no sea tan contaminado visualmente. Que vuelva a sus raíces, que retome por qué fue creado como lo leyó ahorita Irene que debe replantearse porque fue creado, no dejarse llevar por el montón y publicar solamente o enfocarse solamente en éxitos, sí sino que también en promover o proponer soluciones e informar sobre problemas que se están viviendo en la comunidad.

También seguir tomando en cuenta logros con respecto a cultura, con respecto a personas importantes de la comunidad, eso sí, sería muy bueno que lo siga retomando, pero sí, como lo dijeron ellas que se sea más objetivo en muchas de las cosas y no tanto pasar la brocha a las autoridades.

¿Considera importante que este periódico difunda información por el medio digital?

Bueno, yo diría que sí, definitivamente sí es necesario y, eh, en todo lo que se pueda, Instagram, Facebook inclusive, como decían ellas, de manera física, aunque sale un poquitito más carito mantener el físico las personas pero sí creo que es importante.

¿Ha incidido la información divulgada en el periódico El Guarqueño en su opinión respecto a algún tema?

Eh, bueno, te voy a decir que en algunos en algunos casos. Sí, eh, cambiado o me ha hecho sentirme muy bien el ver ciertas noticias importantes en verdad dependiendo del tema que sea sí ha cambiado mi forma de pensar, por ejemplo, cuando he visto que se logró hacer ciertas cosas, por ejemplo cuando publicaron algo de la escuela de Conventillo o temas que me han interesado, verdad, que hubieran donaciones, etcétera, entonces me ha hecho sentirme muy bien, pero son pocos los casos, no todo el tiempo ocurre, verdad, que son noticias que muestran ese tipo de temas, entonces, por eso no diría que siempre sino que en algunas ocasiones.

¿Qué desempeño cree que tienen los medios de comunicación locales como difusores de información?

Bueno, sinceramente desconozco, a parte de El Guarqueño, La Voz de El Guarco, desconozco otros medios de comunicación, pero siento que la labor que tienen es sumamente

importante, una de las cosas es tratar de lograr una unión en lo que es ese el cantón y, sobre todo lograr querernos más entre nosotros de acuerdo a las informaciones que se brindan y saber que el mal de uno es el mal de todos y que el bien de una persona es el bien de todos. A que me refiero, que debe haber más comunidad más, eh, amor, al prójimo ahora en este aspecto y creo que una de las cosas importantes aparte de tomar todo lo que se ha mencionado aquí, verdad ,que no voy a ahondar en el tema sería lograr unificación en lo que es la comunidad guarqueña, ese sería mi aporte.

¿Cuáles son las necesidades informativas que observa como ciudadana o ciudadano del cantón de El Guarco?

Bueno, en este caso queda poco que agregar, ellas han logrado retomar todas las cosas que realmente se quiere, una información integral en todos los aspectos, eso es lo que se busca y como lo dije anteriormente, que busque la unidad o el bienestar la comunidad. Entonces como lo mencionaron ellas, en el deporte, en arte, en cosas referentes a la salud, etcétera. Realmente sería como repetir porque la información que ellas han brindado es bastante bonita e importante.

¿Se sienten informadas sobre el acontecer del cantón?

Bueno, además de mi poco tiempo era para mirar a veces redes sociales, pero sí, diría que no, no estoy lo suficientemente informada, la verdad que no.

Roxana Barahona Jiménez (Vecina de San Isidro. Bachiller en Dirección de Empresas.)

¿Qué tanto conoce u oye hablar del periódico El Guarqueño?

Lo conozco igual que las chicas cuando circulaba en físico, me acuerdo que ahí fue donde lo conocí. Yo lo conocí por primera vez que mi mamá lo trajo aquí a la casa y me parece relevante, digamos, que el cantón tuviera su propio medio de comunicación porque otras zonas del país, este, tienen sus propios medios de comunicación, locales, buenos, o sea, que generan noticias relevantes y positivas y todo sobre el cantón, dónde viven, más que todo porque a veces no les llega la señal de los nacional, verdad, en zonas alejadas y así, entonces, tienen que generar sus propios medios. Nosotros que estamos en GAM y todo el asunto, pero igual el relevante de tener un medio local. Entonces me acuerdo que sí me gustaba mucho

adquirirlo y todo, creo que los primeros ejemplares eran gratis creo y eso favoreció a que hubiera una buena entrada y una buena infusión, pero ya después este sí, o sea, no, no lo he visto en físico no he visto que nadie habló de una noticia que se publicó ahí, he oído más hablar de otra página de Facebook que son noticias hay más informales, pero al fin y al cabo cumplen la función de dar una noticia oportuna, verdad, de esa o tres comentarios y no que vengan propiamente el periódico que es un medio de comunicación más formalizado.

¿Cómo describiría a este medio de comunicación?

Yo lo describiría como un medio que a mí me parecía conciso, porque siempre fue un periódico pequeño, verdad, en cuanto número de páginas, si noté que conforme avanzó el tiempo este fue disminuyendo la cantidad de página, entonces eso, le pueda uno hacer preguntarse por qué antes sacaban más noticias y ahora menos. Porque si disminuyen páginas porque tienen menos noticias, pero me parecía que era conciso, que iba al grano que no era un medio tipo, diay, contemos y no noticias, me explico cómo como tipo Informe 11 o así, que a veces, van a entrevistan en alguien creo que eso era lo menos. creo que era más político este más de noticias municipales, digamos lo que me hace pensar que estaba enfocado muy en el centro del cantón, tal vez estos estos lados de San Isidro y Tejar, más que todo, no recuerdo él ver noticias de otras comunidades, pero sí digamos por ahí, anda, respecto a la publicidad, por ser un periódico la publicidad es más evidente, me explico, o sea, ellos tienen que poner la imagen de la empresa o el negocio, en sí, porque es un periódico, a veces uno de los noticieros nacionales y le meten publicidad y mencionan empresas y todo, pero está muy bien disfrazada en un contexto de noticias, pero en realidad ahí está y uno la está consumiendo, solo que el medio se presta para disfrazar, un periódico tiene que ir tal cual, entonces eso es lo que a veces resulta chocante que no la disfracen o que la ubiquen en un lugar donde sí se nota que le están dando prioridad a recibir el patrocinio que a dar la noticia, verdad, que se supone que esa no es la razón social por la cual subsiste un medio de comunicación, o sea, está viendo acá y todas las páginas tienen en la portada a Limpieza de Tanques Sépticos Irazú ,entonces, sí, es un poco exagerado. También se entiende que tienen que subsistir y también se entiende que tal vez yo esté interesada en conocer los negocios que tengo en mi comunidad porque también eso puede resultar relevante para mí, digamos, saber que puedo encontrar algún servicio o algún negocio que me ayuda a sufrir alguna necesidad eventualmente y no tengo que ir a Cartago centro o no solo hasta San José a

conseguir algo que puedo conseguir acá. Entonces este también puede ser relevante tener la publicidad tampoco es del todo mala y bueno, que si me parecía que tuviéramos noticias relevantes y lo que dijo Irene de que uno consume cosas a nivel nacional y de que uno no está aquí, en el cantón muchísimo tiempo, uno no vive más por cuestiones de trabajo en San José y en donde sea trabaje, que aquí en el pueblo, es muy importante y me abrió los ojos de que sí es importante tener un medio local y consumirlo, o sea, no puede ser posible que yo me enteré más de las noticias de Pérez Zeledón porque sale “Peseta pal’ mundo” en Canal 7 y que no esté ni enterada de lo que sucede aquí, verdad solo porque no hay un medio de comunicación que me facilite tener esa es conocimiento y tener esa información a mano. Entonces sí es una lástima que no esté tan difundido el medio, que me parece a mí que es un tema de difusión, o sea, cuando estaban las pulperías todo el mundo lo agarraba y ahora no, no sucede así, para mí es un tema de distribución.

¿Cómo cree que se maneja el balance de la publicidad con la información?

Esta desproporcionado el periódico, también pasa por una cuestión que ya lo mencioné de que no disimulan la publicidad, o sea, lo que me manda el negocio, la foto que me manda la pulpería esa pongo en verdad y también eso choca nivel gráfico, ahora vivimos en un mundo muy gráfico. A que es a lo que voy con diseño gráfico, con que el diseño gráfico de lo que consumimos es muy importante, o sea, está demostrado, bueno no sé si demostrado, ni por qué, pero sí he oído pues sí, la muchacha del mercadeo en la empresa donde yo trabajo, nos ha dicho que se pegan mucho breteada en la parte gráfica de la empresa para para que no les pase precisamente eso, verdad, o sea, que la publicidad sea vista de una manera más natural, más que ahora todo es en redes sociales y todo el Facebook, verdad, consumimos mucha imagen.

Y cuando la imagen no es bonita, nos choca, y diay, lamentablemente los negocios de acá no van a tener plata para pagar un diseñador gráfico y el periódico seguramente tampoco, pero creo que eso es como un punto de mejora, ahí, un cariñito gráfico, también para captar este tipo de población porque nosotros este tenemos de 30 para abajo, tal vez, no sé, las chicas, qué edad tienen, pero yo sé que por lo menos tres, tenemos este menos de 30. Entonces sí me parece que es un poco de amor gráfico lo que hay que meter.

¿Cómo cree que es la relación del periódico con la autoridad municipalidad?

Sí, estoy de acuerdo con ellas, la palabra que usas, increpar, definitivamente no, no la aplican. Porque sí es más de ver logros y de ver el acontecer de la agenda municipal, este, ya elegimos el regidor tal y tal vez, se hizo tal cosa buena, este, tal proyecto, que sé yo, cosas así, pero así como increpar, pues no, igual no sé, usted sabe que yo no sé hasta qué punto, o sea, si es malo porque uno no tiene como contrarrestar, eso digamos a nivel nacional usted tiene el noticiero del estado, el de Canal 13, tiene otros cuatro, no tres, que sí hacen esa función de increpar. Diay, al ser un medio local y único, pues no tiene esos dos lados, digamos. Lo más es que la página informal está que terminó informando más que el periódico, la página de Facebook entonces sí, no tiene esa objetividad, si es una relación estrecha. Hasta ahora me doy cuenta que lo administra alguien de la municipalidad, pero la verdad, es que si lo sospecha, porque todo era muy muy color de rosa, verdad, pero, la verdad es que, no sé, buscando el mal menor, diría al padre Claudio, este es mejor que exista y que nos digan los proyectos que sí hicieron bien, a que no haya un medio que nos diga ni bien ni mal.

¿Qué cree que le hace falta a este periódico?

Sí, este le hace falta el “municipal” en el nombre o en la descripción o en algún lado, yo he visto escasas veces las noticias del 13, pero ellos lo dicen, yo soy el medio oficial del Estado y que importa, igual uno ve la noticia, igual uno con uno puede consumir el medio si a uno le gusta, entonces, sí municipal, en el nombre, en la descripción o en algún lado. Siento que le hace falta amplitud geográfica en esto de que hablamos que abarque todos los distritos y tal vez, este, como dice la profe Ivette, que abarque noticias de toda índole este municipales, de arte, de deporte, este también, puede abarcar, este, alguna noticia provincial no solo de El Guarco, sino también, de Cartago, por ejemplo, qué está pasando con el cruce de la Lima y Taras y ese poco de eso ahí tirado y ahí, disque, trabajando unos cuantos verdad, esas investigaciones que, tal vez, no son propias de la geografía de nuestro cantón, pero que sí nos afectan porque, por ahí pasamos para llegar aquí. De ahí, también me sale otra cosa que le hace falta al medio y en realidad la municipalidad en general y a las comunidades, es unirse entre municipalidades, o sea, hay cosas que afectan a varios cantones en sí y si el medio de comunicación ayuda no solo a increpar o a dar el logro o a dar la noticia o investigar sobre lo que pasa no, sino que también soy capaz de ir a visitar a la otra municipalidad y preguntarle qué pasa con esto, porque también afecta al cantón al que yo le sirvo, eso también parece un plus muy grande. Para ver yo tomé apuntes aquí. Ah, bueno le falta difusión entiéndase como

en medios digitales, le hace falta tu Instagram, pero que no hagan el Instagram si no tienen plata para meterle amor gráfico al Instagram, o sea, si no tienen para estar haciendo los reels y que las imágenes sean bonitas y una foto de perfil y creatividad para ponerle la descripción y subir fotitos así bonitas y toda la cosa este bueno, las noticias son noticias, no van a poner una foto ahí, si las noticias es algo malo o algo algún accidente o algo, no van a poner una noticia bonita, pero si son cosas gráficas que traten de meterle ese amor. Distribución, hemos resaltado aquí mucho que el medio físico era el que leíamos, entonces, me parece relevante que, tal vez, puedan intentar sacarlo en físico otra vez. La parte gráfica, la parte de distribución de las imágenes, tal vez, yo sé que uno no tiene plata para cambiarle la gráfica a los negocios, pero hay que traten de jugársela un poco para ver cómo hacen, de que no se vea tan como tan feillo digamos la gráfica del periódico.

¿Considera importante que este periódico difunda información por el medio digital?

Sí, este sí, para mí sí, que se manden por ser el medio oficial de del ente, digamos, de la institución, del Estado municipal, pues, este de les van a llover. Porque a diferencia de un noticiero, o sea, usted tiene las personas ahí y le pueden hacer comentarios porque van a notar que solo están sacando los positivos y yo no tengo agua y yo este, eh, los huecos y es una calle municipal y por qué no me ayudan. Entonces este sí me parece que lo tienen que hacer, si quieren sobrevivir, si quieren hacer un relanzamiento. Pero sí que le metan cariño, verdad, cariño, monetariamente hablando.

Y quería mencionar algo extra, la página que les he venido diciendo de Facebook, bueno, es La Voz de El Guarco, esa gente es como la cosa más informal del mundo, pero el 7 de febrero y yo la leí, el 7 de febrero, me acuerdo en el desayunador de mi casa y decía: “último corte, estos son los siete diputados electos de la provincia de Cartago”. Te da la lista y la foto, el partido, el nombre y la profesión del fulano o de la fulana que quedó electo, o sea, a mí me parece que eso es una noticia súper relevante, y por qué el periódico y aun siendo el oficial, no sacó este tipo de cosas, no informó sobre cuáles eran los candidatos, por ejemplo, pudieron haber creado noticias ir a entrevistarlos, ahora que quedaron electos, bueno que van a hacer qué opinan de El Guarco, que proyectos tienen. Diay, es que, si no, no hacen ese tipo de cosas, entonces, si quedan debiendo mucho, pero también tiene mucha potencial y como dice

Irene, este, es crear un balance entre los medios de comunicación en los cuales yo me difundo para abarcar de él mayor target posible.

¿Ha incidido la información divulgada en el periódico El Guarqueño en su opinión respecto a algún tema?

Igual que Irene, vieras que lo siento que me informo y que yo digo: ¡Que chiva sé, sé que pasa aquí! Pero no, así, como que yo haya tomado una decisión a partir de una noticia, la verdad no me acuerdo, es que lo seguía más cuando salían físico y no me acuerdo. Si me acuerdo que yo decía que chiva tal cosa, qué sé yo, pero así como que yo tomé una decisión a partir de las noticias de ahí, un poco difícil, la verdad.

¿Qué desempeño cree que tienen los medios de comunicación locales como difusores de información?

Eh, bueno, para mí el papel que juega un medio local va por todos lados. En primera, este generador, redactor, emisor de noticia local, lo que se me genera acá, visibilizar a la población, lo que se está haciendo acá, en su geografía. También en su geografía cercana, que como le digo a mí me parece relevante tocar temas de otras comunidades, otros distritos que afectan al Guarco y por otro lado el papel que juega de localizar como aterrizar al medio local, la noticia macro, o sea, la noticia nacional, por ejemplo, esto de las elecciones que hizo La Voz de El Guarco. Bueno, entonces cuáles son los de Cartago, que son los que nosotros pusimos ahí, ¿verdad? Cuáles son los diputados de Cartago, porque son los que nosotros pusimos, vean los nombres para que se acuerde cuando se jalen una torta para ir a pedirles cuentas, cosas así, verdad, algunas noticias a nivel nacional que afecte a alguna comunidad del cantón. Y por ahí este que han hablado, digamos de cuál es mejor y cuál es peor, bueno, la verdad es que, si El Guarco le pusiera un poquito, yo seguiría los dos, de hecho, sigo a los dos, digamos, al informal, al formal y si hubiera otro, seguramente también lo sigo, sea bueno o malo, o sea el municipal o no sea municipal solo porque es mejor más que menos en este caso, pero bueno, eso era.

¿Cuáles son las necesidades informativas que observa como ciudadana o ciudadano del cantón de El Guarco?

Sí, este creo que la palabra es información integral, verdad, que tengan varias secciones, para que abarque varios temas, este, sí me gustaría que los abarque con un experto, digamos, o sea, vamos a ver, es que, que el medio sea local, no significa que la noticia tenga que hacer aquí, que sea abarcada con gente aquí y que sea, tal vez resuelta por aquí, digamos, se puede tener una noticia aquí, pero preguntarle un experto tal, voy a ir a tocar la puerta de otros grupos de la comunidad, de las empresas, o sea, no, no solo de la típica historia en Informe 11, sin ofender a los que han salido ahí el pueblo ahí, porque más bien han sido historias muy bonitas y también muy bonito que lo pongan en el periódico, pero es que siente muy accesible, muy fácil, verdad creo que al periódico le hace falta la noticia difícil que es buscarse el experto que hable de tal cosa, ir a tocarle la puerta al empresario de acá, este miren es que estamos viendo que ustedes de tal y tal cosas, entonces puede darnos una entrevista, verdad este cosillas así, pero sí, este que se integral y que abarqué, yo me siento un poco desinformada en cuanto a lo que pasa aquí. Entonces cualquier información que reciba va a ser positiva en el sentido, es mejor algo que nada, pero sí, todo lo que han dicho ellas, que se integral que tenga varias secciones.

¿Se sienten informadas sobre el acontecer del cantón?

Ya te dije que sí me siento, muy desinformada, creo que igual que la profe, ese término es el correcto, escasamente informada sobre lo que pasa aquí. Tal vez, que mi mamá me dice algo, tal vez si lo logro ver ahí, en la página informal de La Voz de El Guarco, pero es casi nada, y me doy cuenta, vea, por ejemplo, o sea, aquí hay una asociación cultural, Amubis, o sea, yo me doy cuenta lo de esa gente por qué matriculado cursos, entonces tengo el contacto y veo el estado WhatsApp de una de las señoras, pero esos son otros que no se difunden como podrían hacer pienso yo, pero bueno, este sí escasamente es el adjetivo.