

La voz de Guanacaste un ejemplo Costarricense de resiliencia mediática

Garrido, Mariateresa

 **Mariateresa Garrido** mgarrido@upeace.org
Universidad para la Paz – Costa Rica, Costa Rica

REVISTA INVECOM “Estudios transdisciplinarios
en comunicación y sociedad”

Investigadores Venezolanos de la Comunicación, Venezuela

ISSN: 2739-0063

Periodicidad: Semestral

vol. 2, núm. 1, 2022

invecom@gmail.com

Recepción: 14 Junio 2021

Aprobación: 12 Agosto 2021

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/666/6663240004/>

Resumen: Muchos de los medios de comunicación que operan fuera de San José, la capital de Costa Rica, luchan por sobrevivir. A esta situación se le añade la situación provocada por el COVID-19, aumentando sus problemas para continuar operaciones. La pandemia demostró la importancia de los medios regionales para la comunicación estratégica, sin embargo, estos medios no recibieron un apoyo adicional para continuar operando, de allí que algunas de las principales amenazas que enfrentaron durante el 2020 se relacionan con dificultades para producir contenidos, la inestabilidad económica, el despido de personal y cierres de medios. No obstante, debido a que Costa Rica es un país conocido por respetar libertad de prensa, este problema es raramente discutido y estudiado. En el 2020, algunos medios de comunicación se pudieron adaptar a los cambios y sobreponerse a las dificultades planteadas por la pandemia. Esta investigación considera el caso del medio *La Voz de Guanacaste* como un ejemplo de resiliencia mediática. Este medio de comunicación opera en Guanacaste, ubicado en la región noreste del país, fronteriza con Nicaragua. El 20 de abril de 2020 anunció que detendría la impresión del periódico debido a problemas económicos causados por la pandemia y solicitó a su audiencia donaciones para mantener sus operaciones. La estrategia que adoptaron les permitió continuar publicando en sus plataformas digitales. En este estudio de caso, se consideran las publicaciones realizadas entre Abril y Julio de 2020 relacionadas con la sostenibilidad económica del medio de comunicación. El análisis de la información se enfoca en la identificación de las medidas adoptadas y comunicadas a través de Instagram y que estuvieron dirigidas a la renovación y transformación del medio. Los resultados obtenidos contribuyen al reconocimiento y entendimiento de las medidas adoptadas por medios de comunicación local para continuar operaciones en medio de situaciones de crisis.

Palabras clave: resiliencia mediática, medios locales, resiliencia económica, Costa Rica.

Abstract: Many of the media operating out of San José, the capital of Costa Rica, are struggling to survive. This situation is compounded by the situation caused by COVID-19, increasing their problems to continue operations. The pandemic demonstrated the importance of regional media for strategic communication, however, these media did not receive additional support to continue operating, hence some of the main threats they faced during 2020 relate to difficulties in producing content, economic instability, staff layoffs and media closures. However,

because Costa Rica is a country known for respecting press freedom, this problem is rarely discussed and studied. In 2020, some media outlets were able to adapt to the changes and overcome the difficulties posed by the pandemic. This research considers the case of La Voz de Guanacaste as an example of media resilience. This media outlet operates in Guanacaste, located in the northeastern region of the country, bordering Nicaragua. On 20 April 2020, it announced that it would stop printing the newspaper due to economic problems caused by the pandemic and asked its audience for donations to maintain its operations. The strategy they adopted allowed them to continue publishing on their digital platforms. In this case study, publications made between April and July 2020 related to the economic sustainability of the media outlet are considered. The analysis of the information focuses on identifying the measures adopted and communicated through Instagram that were aimed at the renewal and transformation of the medium. The results obtained contribute to the recognition and understanding of the measures adopted by local media to continue operations in the midst of crisis situations.

Keywords: media resilience, local media, economic resilience, Costa Rica.

INTRODUCCION

Costa Rica es un país reconocido internacionalmente por ser respetuoso de los derechos humanos, especialmente en lo relacionado con la promoción y garantía de la libertad de prensa. Sin embargo, un análisis detallado de la situación de los medios en el país nos muestra una realidad que no podemos pasar por alto.

Costa Rica es un país reconocido internacionalmente por ser respetuoso de los derechos humanos, especialmente en lo relacionado con la promoción y garantía de la libertad de prensa. Sin embargo, un análisis detallado de la situación de los medios en el país nos muestra una realidad que no podemos pasar por alto.

A pesar de que existe pluralidad de medios, la mayoría se concentran en la Gran Área Metropolitana (GAM), que incluye San José, Heredia, y Alajuela; es decir, en las principales ciudades del país (Ministerio de Vivienda y Asentamientos Humanos, 2013). De hecho, de acuerdo con un estudio realizado por las profesoras Lidieth Garro y Lilliana Solís, para 2019 existían en Costa Rica 296 medios de comunicación, y el 57% de ellos operaban desde San José; y de los 82 cantones en los que se dividen las provincias costarricenses, por lo menos 25 cantones no contaban para dicha fecha con ningún medio de comunicación (Garro Rojas & Solís Solís, 2019).

Este mismo estudio demuestra que en la provincia de Guanacaste, fronteriza con Nicaragua y donde se encuentra el medio La Voz de Guanacaste, sólo se encuentra el 8% de los medios de comunicación existentes en el país. De estos medios, ocho utilizan el espacio radioeléctrico, 5 formatos digitales y 4 formatos impresos (Garro Rojas & Solís Solís, 2019). Guanacaste tiene una extensión de 10,141 km² y la ciudad más importante es Liberia, en donde se encuentra el aeropuerto internacional Daniel Oduber Quirós. Las principales actividades económicas de esta provincia son el turismo y la agricultura (CONARE, 2019,

pág. 69), lo que la hace una región vulnerable a los cambios y a las medidas tomadas por el gobierno nacional para controlar la propagación del COVID-19.

Tomando en consideración la realidad mediática y económica de esta región, esta investigación considera el caso del medio La Voz de Guanacaste como un ejemplo de resiliencia mediática. Este medio anunció el 20 de abril de 2020, a través de su cuenta en Instagram, que detendría la impresión del periódico debido a problemas económicos causados por la pandemia y solicitó a su audiencia donaciones para mantener sus operaciones.

Debido a que la estrategia que adoptaron les permitió continuar publicando en sus plataformas digitales, en este estudio de caso, se consideran las publicaciones realizadas entre Abril y Julio de 2020 relacionadas con la sostenibilidad económica del medio de comunicación a fin de analizar su resiliencia económica, e identificar prácticas que puedan ser replicadas por otros medios de comunicación.

MARCO TEÓRICO

La resiliencia es un concepto que ha tomado auge en diferentes disciplinas, se refiere a la capacidad de adaptación de una persona o de una institución ante los cambios externos (Portillo-Riascos, 2020, pág. 102).

La resiliencia es un concepto que ha tomado auge en diferentes disciplinas, se refiere a la capacidad de adaptación de una persona o de una institución ante los cambios externos (Portillo-Riascos, 2020, pág. 102).

La resiliencia está directamente relacionada con la vulnerabilidad, que es "la predisposición o susceptibilidad de un sujeto o colectivo para verse afectados por un evento externo en un instante del tiempo; y la incapacidad de los mismos para asumir los daños, una vez haya tenido lugar dicho acontecimiento" (Portillo-Riascos, 2020, pág. 101). La vulnerabilidad puede manifestarse de diversas formas, sin embargo, en este análisis me enfocaré en la vulnerabilidad económica de instituciones, es decir, en la predisposición de una organización de ser afectada económicamente por hechos externos y que atenten contra su sostenibilidad económica.

En este contexto, cuando las vulnerabilidades son conocidas por la organización, las posibilidades de adaptación incrementan, y es en esos casos en donde la resiliencia tiene lugar. Keck & Sakdapolrak indican que existen tres elementos fundamentales que deben ser considerados para evaluar la resiliencia, a saber: persistencia, adaptabilidad y transformabilidad; de allí que para estos autores la resiliencia implique "las habilidades o capacidades de tolerar, absorber, afrontar y ajustarse a amenazas sociales y medioambientales de diversa índole" (2013, pág. 8, traducción propia).

Estos autores señalan que estas capacidades se dividen en tres categorías. La primera se relaciona con las capacidades de afrontar los riesgos, y que implica el uso de medidas reaccionarias. La segunda corresponde a las capacidades de adaptación, y se relaciona con las medidas de mitigación de riesgos (prevención), y por último, las capacidades para ajustarse o transformarse, y que conllevan a la adopción de estrategias y cambios progresivos para afrontar los riesgos (Keck & Sakdapolrak, 2013, págs. 10-11).

A fin de identificar estas categorías, Barasa, Mbau y Gilson indican que estas capacidades se ponen de manifiesto en situaciones de crisis, y que puede ser planeada

Las organizaciones exhiben resiliencia planificada cuando utilizan planes pre-existentes para minimizar o disminuir los efectos de la crisis. Estos incluyen planes relacionados con la continuidad de las operaciones comerciales y manejos de riesgo que se elaboran de forma anterior al evento y que son necesarios para mantener la organización durante y después de la manifestación del riesgo (2018, pág. 497, traducción propia).

Las capacidades para garantizar la sostenibilidad económica son esenciales para toda organización. Los medios de comunicación han ido desarrollando estrategias para adaptarse a los cambios tecnológicos y afrontar las consecuencias financieras que estos conllevan. Sin embargo, la pandemia del COVID-19 plantea nuevos desafíos para estas organizaciones y requiere la adopción de medidas reaccionarias y de mitigación de riesgos de forma oportuna y adecuada para los cambios constantes que la misma pandemia ha generado.

En consecuencia, esta investigación se enfoca en la identificación de las medidas económicas adoptadas por el medio La Voz de Guanacaste para mantener las operaciones comerciales y garantizar la viabilidad financiera del medio de la crisis que el virus del COVID-19 ha generado.

OBJETIVOS

El objetivo principal de esta investigación es identificar y analizar las medidas adoptadas por el medio de comunicación para garantizar la sostenibilidad económica del medio.

El objetivo secundario es reconocer cómo las medidas económicas adoptadas pueden ser replicadas por otros medios y en otros contextos.

MÉTODO

Este estudio de caso es cualitativo y los resultados se enfocan en el análisis de las publicaciones realizadas por La Voz de Guanacaste entre abril y julio de 2020 y que estuvieron relacionadas con la sostenibilidad económica del medio de comunicación.

Este estudio de caso es cualitativo y los resultados se enfocan en el análisis de las publicaciones realizadas por La Voz de Guanacaste entre abril y julio de 2020 y que estuvieron relacionadas con la sostenibilidad económica del medio de comunicación.

A fin de recolectar la información publicada por el medio en su página web, utilicé el buscador de la misma página e introduje las palabras clave “dona” y “suscribe”. En el primer caso, los resultados arrojaron 2 publicaciones una del 17 de marzo y otra del 15 de mayo. En el segunda caso, solo apareció una publicación del 15 de mayo. También utilicé las palabras “apoya” y “apóyanos” pero no arrojaron ningún resultado.

Adicionalmente, revisé de forma manual las publicaciones realizadas en el canal de YouTube del medio y en la cuenta de Instagram (@VozdeGuanacaste en

ambas redes). En YouTube sólo publicaron un video, y en Instagram identifiqué 50 publicaciones de las cuales:

- Una fue un video para informar la situación económica del medio y solicitar ayuda financiera.
- Un video para promocionar un concierto para recaudación de fondos.
- Nueve imágenes que estuvieron relacionadas con venta de mercancías.

Estas publicaciones, incluyendo los artículos publicados en la página web constituyen la data principal de este estudio. Es de destacar, que las publicaciones del medio se realizaron en español, y en algunos casos, se incluyó información en inglés (ej. el video publicado en Instagram y la información incluida en la página web).

El análisis de los resultados se enfocó en la identificación de las medidas adoptadas por el medio para superar las dificultades económicas enfrentadas a raíz de la pandemia y que sirvieran para demostrar las capacidades de resiliencia económica de la organización.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De las publicaciones analizadas se puede identificar la adopción de medidas reaccionarias y de adaptación, y que fueron tomadas de forma progresiva. El medio comenzó a anunciar medidas en abril dirigidas a disminuir los costos de producción y luego en mayo incluyeron medidas para incrementar los ingresos.

Medidas reaccionarias

La primera medida que fue adoptada y comunicada a la audiencia fue la decisión de detener la publicación impresa del periódico. Como se mencionó anteriormente, el 20 de abril de 2020, la editora del medio – María Fernanda Cruz – realizó un video en el cual indicó que tuvieron que detener la impresión porque “no tenemos los recursos para hacerlo” (2020, min. 0:15).

La primera medida que fue adoptada y comunicada a la audiencia fue la decisión de detener la publicación impresa del periódico. Como se mencionó anteriormente, el 20 de abril de 2020, la editora del medio – María Fernanda Cruz – realizó un video en el cual indicó que tuvieron que detener la impresión porque “no tenemos los recursos para hacerlo” (2020, min. 0:15).

En dicho video, la Lic. Cruz indicó que muchos de sus anunciantes se encuentran en el sector turístico y que se vieron afectados por las medidas de cierre adoptadas por el gobierno, y por tal motivo, decidieron detener la publicidad paga en el medio, lo que afectó financieramente a La Voz de Guanacaste.

La segunda medida que fue anunciada en el mismo video, fue la modificación de la frecuencia de las publicaciones efectuadas por el medio. La editora menciona que decidieron dejar de ser un medio mensual para reportar de forma diaria, pero que mantenían la gratuidad del contenido publicado a través de sus plataformas digitales (2020, min. 0:37, 1:03).

Es de notar, que la Lic. Cruz hizo énfasis en el costo de la producción de las noticias, y solicitó a sus seguidores la realización de donaciones mensuales para

apoyarlos. Estas donaciones podían ser de mínimo 2 USD a través de su página web o transferencias directas a sus cuentas bancarias (2020, min. 1:30).

Respecto a esta medida, el sitio web de La Voz de Guanacaste indica que desde 2015 el medio recibe donaciones, e inclusive nota que en 2018, las donaciones privadas constituyeron 53.8% de los ingresos recibidos por el medio, lo que demuestra que esta medida no fue tomada a raíz de la pandemia. Sin embargo, es posible afirmar que esta decisión demuestra la capacidad de adaptación del medio en el largo plazo, ya que el medio expresamente indica que la medida fue tomada para “mejorar las perspectivas de sostenibilidad financiera” (La Voz de Guanacaste, 2021).

Medidas de adaptación

Estas medidas tienen por objetivo mitigar o prevenir los riesgos económicos que el medio prevee luego de realizar el análisis de las amenazas que enfrentan. En el caso bajo estudio, se observan dos medidas que demuestran la capacidad del medio para mitigar el impacto económico causado por el COVID-19.

Estas medidas tienen por objetivo mitigar o prevenir los riesgos económicos que el medio prevee luego de realizar el análisis de las amenazas que enfrentan. En el caso bajo estudio, se observan dos medidas que demuestran la capacidad del medio para mitigar el impacto económico causado por el COVID-19.

La primera medida adoptada por el medio fue la realización de un concierto virtual, con un dúo de cantantes locales (Nelly x Arend - @NellyxArend), que promocionaron el día 13 de Mayo de 2020 a través de Instagram. El texto que acompañó el video indicaba que el motivo principal del evento era que la comunidad tuviera “un espacio de entretenimiento”. Sin embargo, el video colocado en el canal de YouTube del medio incluyó una solicitud de donación en el cual explicaban de forma sencilla los pasos y los medios para apoyar económicamente la labor del medio (2020, min. 0:12-0:54). De igual forma, a lo largo del video, incluyeron la información sobre cómo donar (ej. min 3:16, 18:46, 31:06), y para concluir enfatizaron la importancia del apoyo económico para continuar las operaciones.

Después de la realización de este concierto virtual, el medio no realizó publicaciones relacionadas con las donaciones recibidas, por lo que no es posible medir la efectividad de esta medida.

La segunda medida que se observó fue la colaboración con artistas locales para producir ilustraciones alusivas a las celebraciones del día de la Anexión de Guanacaste[2] y que posteriormente ofrecieron en calcomanías (stickers), portavasos, pines, y llaveros.

Esta colaboraciónes fueron anunciadas a través de la cuenta de Instagram del medio e incluían la información de contacto para hacer los pedidos correspondientes. En total se realizaron nueve publicaciones diferentes entre el 02 y el 25 de Julio de 2020. A pesar de que el medio no reportó información sobre las ganancias obtenidas, o sobre las ventas realizadas, algunas publicaciones generaron solicitudes de información por parte de los seguidores.

CONCLUSIONES

La pandemia del COVID-19 ha afectado negativamente a los medios de comunicación. Los medios regionales o hyperlocales han retomado su valor, sin embargo, enfrentan mayores desafíos para ser sostenibles ya que dependen de comercios y comunidades, que en muchos casos, están igualmente afectadas por las medidas adoptadas por los gobiernos para detener la propagación de la enfermedad.

La pandemia del COVID-19 ha afectado negativamente a los medios de comunicación. Los medios regionales o hyperlocales han retomado su valor, sin embargo, enfrentan mayores desafíos para ser sostenibles ya que dependen de comercios y comunidades, que en muchos casos, están igualmente afectadas por las medidas adoptadas por los gobiernos para detener la propagación de la enfermedad.

La Voz de Guanacaste es un reflejo de esta situación. Es un medio que opera fuera de la región capital de Costa Rica y cuyos principales anunciantes son miembros del sector turístico y agrícola del país, dos de los sectores más afectados por las medidas adoptadas por el gobierno para evitar el contagio. Los desafíos que este medio enfrenta son un reflejo de la realidad de muchos medios de comunicación en diversas partes del mundo. Sin embargo, La Voz de Guanacaste decidió tomar medidas que la convierten en una referencia de resiliencia económica para otros medios.

Para los medios impresos, una de las decisiones más difíciles de adoptar es la relacionada con el cese de las publicaciones. Esa medida en algunos casos implica el cierre del medio, pero en otros, una oportunidad para presentar el contenido en otros formatos y a través de otras plataformas. Este es el caso de La Voz de Guanacaste. El detener la impresión del periódico no implicó el cese de las operaciones, sino una transformación de la forma de hacer periodismo en la región.

Esta decisión económica tuvo un impacto en las operaciones del medio, lo que demuestra la capacidad del equipo, y de la organización, de adaptarse a los cambios y tomar medidas que les garanticen el éxito. Luego de un año de haber adoptado dicha medida, La Voz de Guanacaste, sigue publicando y se ha posicionado como uno de los medios más importantes de la región guanacasteca. Para mayo de 2021 cuenta con 10K seguidores en Instagram y 1.47K suscriptores en su canal de YouTube.

Con relación a las medidas de adaptación, es de notar la importancia de crear alianzas estratégicas con sectores no tradicionales (artistas, emprendedores) y que se encuentran igualmente afectados por la crisis económica que ha generado la pandemia. Estas relaciones fomentan la generación de ingresos tanto para el medio de comunicación como para las personas involucradas, e inclusive, en el caso de La Voz de Guanacaste fomentan la promoción del patrimonio cultural de la región.

Las publicaciones del medio reflejan un conocimiento detallado de su audiencia, lo que le permite diseñar estrategias para superar la crisis económica. Las colaboraciones con artistas locales no sólo reflejan la conexión con la comunidad, sino que también reflejan los intereses culturales de la audiencia. Adicionalmente, el hecho de incluir descripciones en inglés les permite

comunicarse con los turistas que llegan a la zona de Guanacaste y que pueden convertirse en audiencia e inclusive donantes.

Finalmente, es de notar que las medidas legales adoptadas por el Estado para evitar la propagación de la enfermedad contribuyeron con la demostración de la resiliencia económica del medio. Las decisiones adoptadas reflejan las capacidades de la institución de modificar procesos internos y adaptarse a situaciones que están fuera de su control. Estas decisiones han permitido la continuidad de las operaciones, y han contribuido con la libertad de prensa y el acceso a la información por parte de comunidades que se encuentran alejadas de los centros de poder del país.

Las medidas adoptadas no son extraordinarias, ni particulares de la región en la que opera el medio, pero sí demuestran el interés genuino del medio por su comunidad, y en mi opinión, eso es lo que les ha dado el éxito. Si los medios de comunicación local pueden conectar con sus audiencias en los temas que más le importan a las comunidades que sirven, las opciones de colaboración y las posibilidades de apoyo económico aumentarán.

REFERENCIAS

- Barasa, E., Mbau, R., & Gilson, L. (2018). What Is Resilience and How Can It Be Nurtured? A Systematic Review of Empirical Literature on Organizational Resilience. *Int J Health Policy Manag*, 7(5), 491–503. doi:10.15171/ijhpm.2018.06
- CONARE. (2019). *Estado de la Nación*. San José: Consejo Nacional de Rectores. Retrieved from https://estadonacion.or.cr/wp-content/uploads/2019/11/informe_estado_nacion_2019.pdf
- Garro Rojas, L., & Solís Solís, L. (2019). Ausencias y Concentraciones en el Universo Mediático Costarricense. *Revista de Ciencias Sociales*, 83-99. Retrieved from <http://revistacienciasociales.ucr.ac.cr/html/06-GARRO/06-GARRO.html>
- Keck, M., & Sakdapolrak, P. (2013, January - March). What is social resilience? Lessons learned and ways forward. *Erdkunde*, 67(1), 5-19. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/23595352>
- La Voz de Guanacaste. (2020, abril 20). ¿Cómo podés ayudarnos a seguir? Guanacaste. Retrieved from https://www.instagram.com/p/B_OMiIPgFjd/
- La Voz de Guanacaste. (2020, mayo 26). Concierto NellyxArend en el Museo Nacional. Guanacaste. Retrieved abril 13, 2021, from https://www.youtube.com/watch?v=XIUUirSex_o
- La Voz de Guanacaste. (2021). ¿Cómo nos financiamos? Retrieved abril 12, 2021, from <https://vozdeguanacaste.com/como-nos-financiamos/>
- Ministerio de Vivienda y Asentamientos Humanos. (2013). *División político administrativa y límites - Plan GAM 2013*. San Jose, Costa Rica: MIVAH. Retrieved from https://www.mivah.go.cr/Documentos/PlanGAM2013/03-CARTOGRAFIA/1_Dimension_Urbano_Regional/Division_Politico_administrativa_Limites_GAM.pdf
- Periódico Mensaje. (2012, julio 30). *Reseña Histórica de la Anexión*. Retrieved mayo 13, 2021, from <https://www.periodicomensaje.com/guanacaste/192-resena-historica-de-la-anexion>
- Portillo-Riascos, L. H. (2020). El concepto de vulnerabilidad macroeconómica. Una revisión de la literatura. *Sociedad y Economía*(40), 99-118. Retrieved

from <http://200.91.89.195:2048/scholarly-journals/el-concepto-de-vulnerabilidad-macroeconomica-una/docview/2406987341/se-2?accountid=28984>

Notas

[1] Universidad para la Paz – Costa Rica. mgarrido@upeace.org

[2] Oficialmente este día se celebra la Anexión del Partido de Nicoya a Costa Rica que se realizó el 25 de julio de 1984, y que posteriormente dio origen a la creación de la provincia de Guanacaste. Este día es un feriado nacional y es ampliamente celebrado en la región (Periódico Mensaje, 2012).