



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 3º – Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

[Marzo de 2000]

El periodismo rural: el caso del diario La Voz del Pacífico

Lic. Evelyn Patricia Gutiérrez Soto ©

Costa Rica

I. Introducción

Uno de los medios de información más ampliamente difundido en el ámbito rural es la prensa en Costa Rica. Esta recoge lo cotidiano, autóctono y singular de una región; brindando con ello un mensaje sencillo y esencial de lo más representativo de una sociedad como lo expresa McLuhan.

Los diarios cuya cobertura es la nacional se preocupan por los grandes titulares y descuidan las noticias regionales de menor escala. Ese vacío es tomado por los periódicos locales quienes ahondan en la noticia rural partiendo de la norma informativa de penetrar en las particularidades que se obtenga de la investigación de un tema de interés local. Al respecto, Haydeé García Bravo (1998) afirma que para poder penetrar en la realidad social se debe construir redes donde hay una contraparte al conocer que los caminos de la identidad son los caminos de la diferencia. Consecuencia de ello, la compatibilidad es la pertenencia de una comunidad en cuyo alrededor siempre hay interrogantes que deben ser aclaradas. Por ello, el ingenio, el trabajo constante y el soporte de las nuevas tecnologías son el punto de apoyo del periodista actual, como lo apunta Vallés Ruiz (1996).

Los medios de comunicación local, por consiguiente, deben promover el intercambio comunicativo y las nuevas tecnologías son una pieza vital en el desafío del proceso de globalización de la información y de la comunicación como apunta Dalma Alexio Dias (1998).

Los retos de la comunicación rural deben centrarse en brindar a su público la noticia comunal que despierte en sí el interés del lector por mejorar su entorno, sin descuidar, por supuesto, la noticia nacional. La clave del éxito como lo menciona Elizabeth Safar (1990) es la incorporación de nuevas tecnologías de información y comunicación en donde el contexto económico, político y sociocultural de un país y en este caso de una región se enriquezca de las influencias exógenas y endógenas que adquieren en la construcción de la noticia. Ésta, por consiguiente, debe formar parte del proceso democratizado y educador de un país fomentando la conciencia participativa, cultural y los valores de los individuos.

La Voz del Pacífico, la diferencia en comunicación rural

El periódico local La Voz del Pacífico a lo largo de su trayectoria ha marcado la pauta noticiosa del periodismo rural, puesto que no solo se ha consolidado como un instrumento de información actualizada de los acontecimientos que acaecen en la provincia de Puntarenas, en Costa Rica, sino porque constituyó un proyecto familiar que a través del tiempo dio a conocer la noticia autóctona, social, cultural y novedosa de esta región.

Este periódico fue fundado por el historiador, escritor y periodista empírico Rafael Armando Rodríguez Gutiérrez. Rodríguez empezó a madurar la idea de fundar un diario que recogiera los hechos de la región pacífica de Puntarenas en los años cuarenta. En un inicio, su idea se plasmó con la creación de una revista que se comenzó a publicar en 1944. Por esta misma fecha se estaban desarrollando dos hechos históricos, uno en el ámbito mundial y otro nacional. Europa estaba atravesando la segunda guerra mundial y en Costa Rica en 1948 se inició la revolución del 48 entre dos partidos políticos de gran relevancia nacional comandado por sus caudillos: Rafael Angel Calderón Guardia y José María Figueres Ferrer. Estos acontecimientos

perfilaron un cúmulo de noticias que sustentaron las páginas de la revista.

La revista Puntarenas Ayer y Hoy tuvo éxito de parte del lector local principalmente de los educadores quienes sugirieron que la misma debía traspasar la frontera rural a la nacional puesto que las investigaciones realizadas ayudaban a los propósitos educativos y democráticos del país.

En 1946 se publica en el ámbito nacional la revista Costa Rica de Ayer y Hoy, cuya edición fue bimensual. Esta revista se mantuvo hasta 1969. Paralelo a las labores que hacía para la revista, don Armando vuelve a editar el periódico La Voz del Pacífico en 1965. Este medio de información ha mantenido su publicación bimensual hasta nuestros días ininterrumpidamente y ha sido uno de los medios de información rural de mayor cobertura que ha evolucionado a través del tiempo.

Por un período corto, este periódico adoptó el nombre de La Voz del Pueblo. Debido a confusiones que surgieron con otro diario del corte comunista llamado El Pueblo, vuelve a su nombre original.

A partir de 1970 se integraron los hijos de don Armando, Walter y Armando Rodríguez hijo, a la labor noticiosa como periodistas.

En 1978, al fallecer Rafael Armando Rodríguez Gutiérrez, ya se habían publicado 99 ediciones de La Voz del Pacífico. A partir de la edición número cien sus hijos retoman la empresa, haciéndole ajustes con el propósito de mejorar y superar el tratamiento noticioso en cada publicación.

Cambios representativos

El diario La Voz del Pacífico ha atravesado todo el proceso evolutivo que han recorrido los periódicos de circulación nacional como La Prensa Libre, La Nación, entre otros; sujeto a los avances de las nuevas tecnologías que han permitido que el tratamiento noticioso tenga un impacto social relevante como lo expresa Innis y McLuhan citados por Federico Iglesias (1998).

En 1944, la tecnología que había era el linotipo (máquina levantadora de texto), y el estilo tipográfico o levantado a mano, lo usual en esta época.

La fotografía para Lorenzo Vilchez (1987) es la memoria social, artística e histórica de la información. El periódico La Voz del Pacífico y la revista Costa Rica emplearon desde sus inicios la fotografía utilizando el estilo clisé o fotograbado en sus espacios noticiosos. Estos medios informativos compraban servicios a imprentas capitalinas obviamente utilizando el sistema de la época. Se imprimía a un solo color.

Posteriormente, cuando sale la máquina Compossor de IBM para levantado de texto, las imprentas nacionales de los periódicos aceptan la innovación en lo que es el sistema de prensa y permiten con esto la impresión a colores. Esto se daba en titulares para darle impacto y relevancia estética a la página. Con la llegada al país de las rotativas de treinta y dos y más rodillos, y la incorporación de esta técnica al diario se crean modificaciones que permite las separaciones a color. Esto provoca mayor colorido y la creación de diversos estilos en sus páginas.

A partir de los años 70, el salto innovador que se da es la impresión a color. Las tecnologías modernas han tenido su parte importante en el diseño de las páginas de los diarios, ya que se han ido revolucionando con programas versátiles la creación de las mismas. En este sentido, La Voz del Pacífico se dio de lleno a la aventura de crear para cumplir con algunas de sus metas y mejorar la calidad de su formato a través de un diseño y técnicas depuradas cumpliendo con las exigencias tanto de los lectores como de sus anunciantes.

Este medio informativo es el primer medio regional en Costa Rica que incursionó en Internet. Del ámbito nacional fue el segundo medio, después que el diario La Nación.

En la actualidad se utiliza los servicios de litografía para obtener a través de las máquinas planas una impresión superior, de excelencia tanto en calidad de papel como, en la calidad de la tinta complementado con el uso de un estilo periodístico moderno y ágil de acuerdo a la época y exigencias actuales del lector.

Formato del periódico

Por mucho tiempo el formato del periódico fue el tradicional conocido como tabloide. A partir de 1998 se modificó alcanzando una altura de quince pulgadas. Con respecto al ancho, sigue manteniendo el mismo de ocho columnas.

El logotipo ha tenido varios diseños de los cuales cuatro han sido publicados. En los últimos tiempos el logotipo sale a color en la parte superior izquierda del diario. Esto no ocurría antes puesto que el logotipo se colocaba de un sector a otro en la misma portada de acuerdo al diseño de la página. El logotipo varía de tamaño en cada edición, teniendo el cuidado de destacarlo como símbolo de identificación del periódico.

Desde su origen, el diseño se ha ido adaptando a la época, pero luego con la ayuda de la tecnología, se buscó depurar su presentación, especialmente en el aspecto fotográfico de manera que las gráficas fueran más claras y nítidas. Al respecto,

Lorenzo Vilchez (1987) afirma que la relación entre la foto y la página permite crear una superficie fotográfica del periódico lugar donde se juega la construcción y la lectura de la información. Por lo tanto, se busca un equilibrio en la página que permita dar efectos especiales de la fotografía para realzar la noticia. Se realizan contrastes y se "blanquea" la página de manera que esto cause un impacto positivo para el entorno y atraiga la atención del lector.

Espacios publicitarios

Entre 1955 y 1960 las empresas puntarenenses como Ferretería Tung Sing y la Enlatadora de Atún, Farmacia Central, entre otras, se empiezan a interesar por la publicidad de su negocio.

En el campo publicitario se da todo un proceso ya que se inicia con el anuncio de texto sencillo. Años después, cuando las agencias de publicidad interpretan el verdadero concepto comercial, es entonces cuando el periódico también mejora en ese circuito las pautas de sus anunciantes buscando dar un impacto psicológico en el lector. Se pregunta entonces ¿por qué es necesario anunciarse?

Hoy, las agencias de publicidad con base a estudios sociológicos y psicológicos han logrado determinar que el anuncio debe llevar un mensaje positivo para afectar emocionalmente el mercado local y al sujeto. El impacto visual, como lo manifiesta Montoya (,1998) debe provocar una relación biunívoca de la percepción ocular del individuo y lo que es susceptible de ser visto. En ese sentido, el diario ha mejorado el área publicitaria transformado un concepto en ideas que llegan al inconsciente colectivo social.

Personal logístico

El recurso humano con que cuenta un medio de información lo revisten de una personalidad única puesto que cada sujeto realiza tareas propias de acuerdo a su función y cada reportaje tiene impreso el estilo investigativo de cada periodista. Alfredo Barquero (1990) menciona que el trabajo en equipo sumado a las responsabilidades, colaboración y esfuerzo productivo de los individuos conformarán el éxito de una organización. Sin embargo, es curioso observar cómo una sola persona (Armando Rodríguez) consolida con su labor una empresa orientada a la información periodística como es el caso del diario La Voz del Pacífico.

En 1965, el periódico contaba con dos personas quienes realizaban toda las tareas: Rafael Armando Rodríguez, su fundador, y un asistente. El asistente era quien cumplía con las funciones de venta, publicidad, cobro y distribución del diario.

Producto de cambios en las diferentes épocas de existencia del diario, sus necesidades de cobertura han sido mayores, con lo cual ha requerido aumentar el factor humano. A partir de 1987 se incorporan más personas para cumplir con las labores del diario: cobertura de noticias, fotografía, ventas, diseño, distribución entre otros.

En toda la trayectoria de este diario solo han laborado 7 mujeres: dos periodistas, una fotógrafa, y cuatro vendedoras de publicidad. Solo la fotógrafa continúa en equipo de labores de La Voz del Pacífico.

En la actualidad trabajan alrededor de doce personas, de los cuales dos son corresponsales para la localidad de Montes de Oro y el otro cubre la zona Sur del país. Hay también un periodista dedicado a cubrir las actividades deportivas.

Premios, reconocimientos

El diario La Voz del Pacífico durante su trayectoria de treinta y cuatro años ha recibido diversos reconocimientos de los cuales se destacan:

Premio Nacional de Periodismo al Periodismo Rural. Colegio de Periodistas.

Reconocimiento a su labor periodística: Colonia China de Puntarenas. 7 de octubre de 1994.

Reconocimiento a su labor periodística: Cámara de Industria y Comercio de Puntarenas. 1990.

Reconocimiento a su labor periodística: Festejos de la Virgen del Mar. 1976.

Reconocimiento a su labor periodística: Centro Internacional de Washington. Casa Meridian International. Estados Unidos. 1989.

Reconocimiento a su labor periodística: Texas International Consortium Costa Rican Print Journalism Program. 1989.

Conocer la evolución de un diario rural conduce a recorrer el espíritu de servicio y compromiso que su fundador entregó a su pueblo manteniendo un contacto diario con lo auténtico de ese pueblo y llevando a través de la palabra escrita los valores que promulga una nación. Llegar al corazón de una comunidad con un periodismo dinámico e investigativo es sinónimo de crecer y

valorar todos los detalles que en conjunto con las nuevas tecnologías permite concebir la noticia desde un ángulo moderno, humano y libre. Ese pensamiento libre ha caracterizado a La Voz del Pacífico y a su equipo de trabajo.

REFERENCIAS

- Aleixo Dias, Dalma. Los desafíos de la comunicación globalizada. Revista Latina de Comunicación Social. La Laguna, setiembre. 1998.
- Barquero, Alfredo. La administración de recursos humanos. Módulo # 1. Editorial EUNED. San José, Costa Rica. 1990.
- García Bravo, Haydeé. Comunicación, vida cotidiana e identidades urbanas en S.L.P, en tiempos de globalización. Generación McLuhan. Revista Electrónica: Razón y Palabra. 1997.
- Iglesias, Federico. Nuevas tecnologías de la información en América Latina. Notas del Programa de Doctorado de la Universidad de la Laguna ? Universidad para La Paz. Costa Rica. 1998.
- Montoya, Luis. La civilización de la imagen, en el siglo de la comunicación. Notas del Programa de Doctorado de la Universidad de La Laguna ? Universidad para La Paz. Costa Rica. 1998.
- Safar, Elizabeth. Nuevas tecnologías: información y comunicación. Frente al dilema de las nuevas tecnologías. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, Cuba. 1990.
- Vallés, Francisco. Los profesionales de la comunicación ante el reto de los nuevos media. Jornadas sobre Documentación y Medios de Comunicación. Zaragoza, España. 1996.
- Vílchez, Lorenzo. Teoría de la imagen periodística. Editorial Paidós. Buenos Aires, Argentina. 1987.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Gutiérrez Soto, Evelyn Patricia (2000): El periodismo rural: el caso del diario La Voz del Pacífico. Revista Latina de Comunicación Social, 29. Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000rmy/107pacifico.html>