

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
DE LAS AMÉRICAS**

ESCUELA DE PERIODISMO

**MANUAL DE IDENTIDAD DE UN MEDIO
PERIODÍSTICO IMPRESO SOBRE GESTIÓN VIAL
PARTICIPATIVA EN LEÓN CORTÉS**

IRIS FONSECA VALVERDE

SAN JOSÉ, DICIEMBRE, 2017

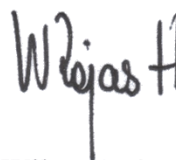
Tribunal examinador

Esta Tesis es aprobada por el Tribunal Examinador de la Carrera de Periodismo de la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS, como requisito para optar por el grado de Licenciatura.



M.L. Ligia Córdoba Barquero

Tutora



M.Sc. Wilson Rojas Herrera

Lector



M.Sc. Odith Bolandi Castro

Director de Carrera

Contenido

Tribunal examinador	2
Dedicatoria	4
Agradecimiento	5
Revisión filológica	9
Declaración Jurada	10
Contenido	11
Tablas	14
Figuras	14
Resumen ejecutivo	15
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	17
Planteamiento del problema	19
Objetivos	23
General	23
Específicos	23
Justificación.....	24
Antecedentes	27
Historia: Derechos humanos y rendición de cuentas en gestión vial	27
Investigaciones internacionales.....	31
Investigaciones nacionales	33
Proyecciones.....	36
CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA.....	38
Comunicación organizacional con enfoque comunal.....	38
Conservación vial participativa.....	40
Marco global de planificación.....	40
Sobre la Unidad Técnica de Gestión Vial	42
Comités de caminos y participación ciudadana	44
Características de León Cortés vinculadas a la red vial.	46
Ubicación geográfica y vulnerabilidad	47
Indicadores sociales del cantón	47

Economía agrícola y turismo rural comunitario.....	48
Índice de Gestión Municipal	48
Comunicación en gestión vial participativa	51
El periódico impreso como propuesta	52
El periódico en versión digital	57
La percepción en la comunicación	58
Componentes del manual de identidad.....	59
Un vistazo a la Municipalidad de León Cortés	62
Identidad cultural	64
Identidad visual	65
Identidad verbal.....	68
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	70
Enfoque	70
Diseño/ método	71
Investigación-acción-participante	73
Muestra de la investigación.....	74
Unidades de análisis	75
Definición de las variables	77
Percepción sobre la comunicación actual	77
Temas viales de interés.....	78
Mensaje (forma y fondo)	78
Instrumentos.....	79
Cuestionario	79
Taller participativo	83
Proceso para la recolección de datos.....	85
Método de análisis.....	87
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	89
Información personal y conocimiento sobre gestión vial.....	90
Análisis de variable: Temas viales de interés.....	92
Análisis de variable: Percepción de la comunicación actual.....	94
Plataformas de información	96

Conclusiones generales del cuestionario	98
Transición al taller participativo.....	99
Análisis de variable: Mensaje (Forma- fondo).....	99
Presentación personal mediante un color	100
Lo que gusta de una publicación impresa.....	100
Crítica constructiva de una publicación impresa.....	102
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	106
Recomendaciones.....	108
CAPÍTULO VI: MANUAL DE IDENTIDAD DEL PERIÓDICO	111
REFERENCIAS	114
APÉNDICES	120
Apéndice A: León Cortés: población por distrito.....	120
Apéndice B : Guía del cuestionario.....	120
Apéndice C: Guía de taller participativo	125
Apéndice D: Respuestas sobre información personal	127
Apéndice E: Respuestas sobre conocimiento en gestión vial.....	128
Apéndice F: Respuestas sobre plataformas de información.....	129
Apéndice G: Respuestas sobre hábitos de lectura	130
Apéndice H: Sistematización variable: Percepción.....	131
Apéndice I: Sistematización variable: Temas de interés	132
Apéndice J: Representación gráfica sobre fuentes de información en gestión vial.....	133
Apéndice K: Representación gráfica sobre temas de interés en gestión vial	133
Apéndice L: Respuestas sobre significado del color	134
Apéndice M: Respuestas sobre características atractivas de una publicación.....	134
Apéndice N: Respuestas sobre uso de imágenes	135
Apéndice O: Respuestas sobre uso de textos	136
Apéndice P: Respuestas sobre uso de títulos.....	136
Apéndice Q: Respuestas sobre uso del lenguaje	137
Apéndice R: Propuesta de implementación.....	137
Apéndice S: Manual de identidad Periódico Red.....	137

Tablas

Tabla 1. León Cortés: Posición del cantón según calificación en IGM 2016	50
Tabla 2. Variables de la investigación por objetivo e instrumento	76
Tabla 3. Propuestas de temas de interés para los comités de caminos	93
Tabla 4. Problemas de acceso a la información	95
Tabla 5. Propuestas de medios informativos	98
Tabla 6. Crítica constructiva de una publicación impresa	104

Figuras

Ilustración 1. Afiche: Ejecución de Proyectos Unidad Técnica de Gestión Vial	103
------------------------------------------------------------------------------	-----

Resumen ejecutivo

La comunicación es un hecho inevitable en el quehacer de las instituciones. Aún sin proponérselo, la Municipalidad de León Cortés ha mantenido comunicación constante con sus públicos internos y externos, desde su fundación en 1962 y hasta la fecha. Sin embargo, recientemente el gobierno local se propuso reforzar la comunicación organizacional, apostando por la creación de un periódico en formato impreso, como herramienta clave para mejorar la percepción de los pobladores hacia la institución.

En esta coyuntura, el presente proyecto de investigación busca coadyuvar en la fase de planteamiento de la propuesta periodística municipal, tomando como punto de partida las necesidades de información, los gustos y las expectativas de sus lectores potenciales: los hombres y mujeres que integran la Red de Comités de Caminos de León Cortés. Dichos líderes comunales no solo sirven de puente entre la comunidad y la Municipalidad en temas relacionados con mejoramiento vial, sino que también comparten con el gobierno local la responsabilidad de implementar programas de divulgación hacia la ciudadanía para aumentar la credibilidad en el comité de caminos y motivar a los vecinos a colaborar.

Es así que el presente estudio cualitativo, enmarcado como Investigación-Acción-Participante (IAP), desarrolla la propuesta de un manual de identidad de un medio de comunicación institucional especializado en gestión vial participativa. El propósito de esta guía es unificar, armonizar y estandarizar criterios que faciliten la lectura, disfrute y comprensión de las publicaciones que se realicen en las páginas del periódico impreso. Estos criterios abarcan aspectos de identidad cultural, visual, verbal y de producto, que se recomienda respetar con el fin de propiciar una comunicación más eficiente y atractiva, enfocada en el ciudadano.

Además, el manual de identidad propuesto en esta investigación, plantea una plataforma informativa que se vale de la rendición de cuentas para promover la participación ciudadana en León Cortés, al tiempo que se valida el derecho de los

pobladores por obtener información útil, accesible y contextualizada en su entorno comunal, cantonal y regional, sin dejar de lado temas relevantes en el ámbito vial en el nivel país. Es así que la postura ideológica del nuevo medio periodístico se fundamenta en la convicción de que el ciudadano informado es capaz de desarrollar ideas innovadoras que contribuyen al crecimiento comunal y a la autorrealización.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

La comunicación es un hecho natural en la vida del ser humano. Las personas se comunican todo el tiempo, aún sin darse cuenta. De modo similar las empresas e instituciones son capaces de comunicarse día a día, tanto de manera planificada como de forma espontánea. La Municipalidad de León Cortés no escapa a esta realidad. La comunicación organizacional de los gobiernos locales se enmarca en el ámbito de lo cotidiano, de la idiosincrasia costarricense, de un lugar geográfico concreto, pero también se nutre del bagaje cultural de los ciudadanos, de sus experiencias previas y de muchos otros factores que la condicionan y determinan su efectividad.

León Cortés es un territorio de gran atractivo escénico y cultural, cuya fortaleza está marcada por el cultivo del café. Sin embargo, el mal estado de la Red Vial Cantonal, limita las posibilidades de progreso económico de sus pobladores. Dicha red tiene una longitud total inventariada de 207,05 kilómetros y está conformada por 90 caminos municipales, la mayoría de los cuales se encuentra en mal estado. De ahí la importancia de empoderar a las organizaciones locales a través de la conformación de comités de caminos -informados y motivados- que ayuden a promover la conservación vial participativa como mecanismo para impulsar el desarrollo del cantón.

En este contexto, la Municipalidad de León Cortés es consciente del rol protagónico de la ciudadanía como agente de consulta y control social. Es por ello que la Unidad Técnica de Gestión Vial Municipal (UTGVM) del ayuntamiento, decide apostar por la creación de un medio periodístico impreso como herramienta para fortalecer la comunicación organizacional y promover la participación ciudadana.

El medio informativo de la UTGVM de León Cortés está pensado en los líderes comunales que integran alguno de los comités de caminos activos del cantón y que, por lo tanto, han aceptado voluntariamente la responsabilidad de servir de puente entre la Municipalidad y la comunidad, en la búsqueda de soluciones conjuntas para mejorar el

estado actual de la red vial cantonal. Es por ello que se considera primordial para el éxito de cualquier propuesta mediática, valorar las necesidades de comunicación, los gustos, las expectativas y sobre todo las opiniones, de los hombres y mujeres que conforman la Red de Comités de Caminos de León Cortés.

En este contexto, el presente proyecto de investigación se propone desarrollar el manual de identidad de un periódico municipal, en formato impreso, que sirva de plataforma para que la UTGVM de León Cortés realice la rendición de cuentas a la ciudadanía, al tiempo que se promueve la libertad de expresión, la participación ciudadana y los buenos hábitos de lectura, a través de un medio de comunicación que, por su contenido y sus características, pueda resultar atractivo para sus lectores potenciales; los líderes comunales que integran los comités de caminos del ayuntamiento.

En referencia al derecho de la ciudadanía a recibir información oficial sobre el accionar de los poderes públicos, Manfredi (2014) señala:

En una sociedad de creciente complejidad, el ejercicio de la libertad de expresión requiere más acceso a los datos y fuentes. Esta dimensión se comprende aún mejor empezando por la gestión de la comunicación local, ya que son los asuntos propios de la vida cotidiana los que se resuelven en esa esfera de decisiones más próxima, en relación con los asuntos nacionales y globales (p. 3).

Finalmente, cabe recordar que si bien recibir y difundir información es un derecho del ciudadano, la legislación internacional también profesa que “Toda persona tiene deberes respecto a la comunidad, puesto que sólo en ella puede desarrollar libre y plenamente su personalidad” (Declaración Universal de los Derechos Humanos, Artículo 29, párr.38).

Es así que se espera que la propuesta mediática planteada en el manual de identidad resultante de la presente investigación, sirva como instrumento para motivar a los pobladores de León Cortés no solo a conocer cómo actúa el gobierno local y qué

responsabilidades tienen en el ejercicio de dicho poder, sino también a involucrarse y ser partícipes de los proyectos comunales que inciden en el bienestar social y en la calidad de vida de todos los habitantes del cantón.

Planteamiento del problema

Si bien la comunicación es un hecho inevitable en el quehacer de los gobiernos locales, la Municipalidad de León Cortés visualiza la falta de una estrategia clara de comunicación organizacional como un factor que incide negativamente en la percepción de los pobladores hacia la institución y, por ende, en su opinión. En alusión a este tema, Túñez (2012) señala; “La opinión de los usuarios ha ganado protagonismo en la construcción de la imagen de las organizaciones como complemento o referencia de verificación de lo que las organizaciones transmiten y lo que de ellas transmiten los medios de comunicación” (p.32).

Esto sucede básicamente por la cercanía que existe entre los conceptos de identidad e imagen corporativa. Al respecto Carrillo y Nuño (2010) señalan:

La identidad es la esencia de la empresa, su realidad, mientras que la imagen es la percepción de la identidad por parte del público. En este sentido, una imagen positiva no es sólo el resultado de una buena comunicación hacia el exterior, si no que además es fruto de una buena y sólida definición de la identidad (p.125).

La Municipalidad de León Cortés es consciente de la necesidad de establecer líneas de acción que permitan conocer y definir la identidad corporativa de la institución, de modo que puedan gestionarla y comunicarla adecuadamente. Es por ello que, como primer paso en la definición de una estrategia de comunicación organizacional enfocada en los pobladores del cantón, el Concejo Municipal del ayuntamiento aprobó la iniciativa de la Unidad Técnica de Gestión Vial, de realizar la rendición de cuentas a la ciudadanía mediante la elaboración de un periódico impreso destinado a promover la gestión vial participativa en el cantón, según se contempla en el Plan de Conservación, Desarrollo y

Seguridad Vial Cantonal León Cortés 2017-2021 (Municipalidad de León Cortés, 2016, p.68).

En este punto es importante señalar que el principal reto que enfrentan las instancias municipales es conquistar la complicidad ciudadana a la hora de comunicar su gestión de gobierno mediante la rendición de cuentas. Esto por cuanto, a lo largo de su historia la Municipalidad de León Cortés ha visto limitadas sus posibilidades de mantener a la comunidad informada, ya que carece de recursos económicos suficientes para implementar una oficina de comunicación dentro de su organización interna, o bien para contratar los servicios de un profesional que realice publicaciones periodísticas de calidad, valiéndose de temas de interés local para cautivar la atención ciudadana.

Con respecto al desafío que enfrentan los gobiernos locales para satisfacer las necesidades de información de una ciudadanía cada vez más exigente con sus gobernantes, Fortunato (2012) señala:

La comunicación municipal plantea nuevos desafíos a los liderazgos locales a la hora de satisfacer y conmover a ciudadanos cuyas demandas expresan niveles más altos de sofisticación y exigencia. Aquella figura del Intendente cuya actividad se limita a repavimentar las calles no resulta compatible con las nuevas expectativas ciudadanas. La gran conquista que tienen por delante los líderes políticos de hoy es descubrir el relato que singularice a la ciudad que gobiernan, y enamorar a sus ciudadanos (p.1).

En el contexto específico de León Cortés, la brecha existente entre las expectativas ciudadanas y los logros del gobierno en turno se agranda ante la ausencia de medios alternativos locales que oferten espacios de pago, en formato impreso, para publicar la rendición de cuentas a la ciudadanía o realizar publibreportajes atractivos que contribuyan a mostrar la identidad de la Municipalidad como una corporación “en proceso de desarrollo, que persigue el mejoramiento administrativo, técnico y operativo de la institución para

brindarle a los habitantes del cantón de León Cortés servicios acordes con necesidades” (MDEPLAN, 2009, p.14).

Dado que a la fecha la Municipalidad de León Cortés no cuenta con opciones mediáticas accesibles que le faciliten proyectar de manera adecuada su identidad corporativa, la mayoría de las publicaciones institucionales se realizan a través de espacios gratuitos, así como de las redes sociales, en especial de la página de Facebook del ayuntamiento. Si bien el esfuerzo del gobierno local por informar y motivar a sus pobladores está acorde con la tendencia en el uso de las nuevas tecnologías, la mayoría de dichas publicaciones se realizan de manera empírica, lo cual podría incidir negativamente en la opinión de los pobladores sobre el desempeño del gobierno local. Aquí cabe citar lo que Túñez (2012) postula al respecto:

La identidad de la organización es el conjunto de señales que esta envía a la sociedad como elementos que la identifican. Es su representación icónica (logotipo e imagotipo) ampliada a todos los actos de comunicación personal o colectiva, mediada o directa; gratuita o pagada; soportes y contenidos; vertical u horizontal; en papel y en la web; escrita o hablada... Es la personalidad de la organización proyectada a la sociedad. Es su esencia (p.33).

Siempre en referencia a las publicaciones que la Municipalidad de León Cortés realiza a través de las redes sociales, es pertinente señalar que los comités de caminos del cantón a menudo manifiestan limitaciones de acceso a la información consignada, dado que se requiere de dispositivos inteligentes y uso de Internet, lo cual para muchos usuarios representa un costo económico adicional, dificultades de conexión, distracciones de todo tipo, e incluso molestias en la vista. Es por ello que, en el marco de la elaboración del plan quinquenal 2017-2021, surge la inquietud de crear un medio periodístico impreso, de periodicidad semestral, especializado en gestión vial participativa, como una de las metas de León Cortés para los próximos 5 años.

Pese a la importancia estratégica del periodismo como herramienta para fortalecer la comunicación organizacional y modernizar la gestión pública, a la fecha el gobierno local de León Cortés afronta graves dificultades financieras que impiden solventar por cuenta propia la fase inicial de la propuesta periodística. Esto por cuanto el presupuesto total reservado para la elaboración del medio impreso se limita a la diagramación e impresión del periódico, por lo que no se incluye los servicios de una agencia de comunicación que venga a resolver aspectos claves relacionados con la identidad del medio informativo, partiendo de un diagnóstico serio que permita definir los rasgos físicos y de contenido que podrían resultar más útiles, interesantes y atractivas a los lectores potenciales.

Al hablar de identidad de un periódico impreso es importante entender la necesidad actual de individualizarse en un entorno altamente competitivo, en que no solo los medios sino también las empresas y las instituciones cuentan con mayor facilidad de difusión a través de plataformas digitales, con capital humano para interactuar con sus públicos externos, así como con recursos económicos suficientes para innovar y presentarse de un modo atractivo a sus audiencias. Los medios que carecen de dichos insumos deben redoblar esfuerzos para satisfacer las necesidades de sus lectores. Dichos esfuerzos inician desde el planteamiento mismo del medio de comunicación.

Es así que en lo que respecta al periódico impreso propuesto por la UTGVM se identifica un vacío de conocimiento con respecto a la identidad cultural, visual, verbal y de producto que debería tener el medio institucional. Es por ello que la presente investigación pretende dar respuesta a un problema de comunicación organizacional, que para los fines académicos del proyecto se enuncia del siguiente modo: ¿Cómo puede el gobierno local de León Cortés fortalecer su quehacer en materia de gestión vial participativa, mediante un periódico impreso que permita rendir cuentas a la ciudadanía?

Paralelamente, se plantean cinco preguntas secundarias: ¿Cuál es la percepción de integrantes de comités de caminos de León Cortés sobre la comunicación en gestión vial que realiza la Municipalidad?, ¿Qué temas relacionados con gestión vial participativa

pueden intervenir en el medio de comunicación?, ¿Cuál es la estructura adecuada en cuanto a formato y lenguaje para la propuesta mediática municipal?, ¿Qué indicativos periodísticos en cuanto a estilo e identidad pueden formar parte de ese medio de comunicación?, ¿Qué actividades debe implementar la Municipalidad de León Cortés para que el periódico impresa llegue a manos de los lectores en un tiempo establecido?

Dado que el enfoque de este proyecto es de tipo cualitativo, se intenta dar respuesta al problema de investigación mediante la elaboración del manual de identidad de una propuesta mediática municipal, que sin incurrir en costos significativos para la institución, logre capturar el interés de su público objetivo. Para ello, no solo se trabaja en conjunto con los comités de caminos del cantón, sino también con el personal de la Unidad Técnica de Gestión Vial del municipio, aprovechando que actualmente la investigadora se desempeña en el cargo de Promotora Social de dicho departamento y es quien, a final de cuentas, asumirá las riendas del medio periodístico.

Objetivos

La presente investigación se plante los siguientes objetivos:

General.

Proponer un manual de identidad de un medio periodístico impreso sobre gestión vial participativa en León Cortés, durante el periodo septiembre-noviembre del 2017.

Específicos.

- Registrar la percepción que tienen los integrantes de comités de caminos de León Cortés sobre la comunicación en temas de gestión vial participativa que realiza la Municipalidad.

- Definir los temas relacionados con gestión vial participativa que son de mayor interés para los comités de caminos de León Cortés.
- Determinar los rasgos de estructura, formato y lenguaje que resultan más atractivos para el público objetivo.
- Elaborar un manual de identidad para el nuevo medio de comunicación.
- Elaborar un plan de implementación

Justificación

En esencia, la idea implícita en el presente proyecto de investigación es que los líderes comunales comprometidos con el mejoramiento y conservación de los caminos municipales de León Cortés, cuenten con información oficial, de alta calidad y de fácil comprensión, que puedan leer plácidamente. Para ello, se propone dar respuesta a una necesidad de comunicación organizacional de la Municipalidad de León Cortés, mediante la elaboración de un manual de identidad de un periódico especializado en gestión vial participativa, que pueda servir de guía para orientar la labor de la dirección periodística del medio impreso, así como de futuros colaboradores.

En este contexto, la necesidad de un medio periodístico institucional especializado en gestión vial participativa, surge ante la ausencia de opciones mediáticas accesibles, que puedan servir de soporte para que la UTGVM de León Cortés realice la rendición de cuentas a la ciudadanía, como se hacía en años anteriores. Hasta finales de 2015, circulaban por la Zona de Los Santos -conformada por los cantones de León Cortés, Tarrazú y Dota-, dos periódicos de carácter regional; Ruta 21 y Los Santos Hoy. Dichos recursos informativos se distribuían de forma gratuita para el lector, financiándose mediante la venta de espacios publicitarios, sin embargo, ambos medios dejaron de existir en formato impreso y perdieron vigencia en versión digital.

Hoy, el consumo de información de toda índole a través de plataformas virtuales es una realidad cotidiana en León Cortés. Por años, el gobierno local se ha valido del perfil institucional en Facebook para dar a conocer sus gestiones y proyectos. Sin embargo, al interior del territorio se presentan limitaciones de alcance al entorno digital, ya que la conexión a Internet no llega a todas las comunidades y además se carece de lugares públicos para el uso de medios digitales de forma gratuita. Aunado a lo anterior, algunos pobladores no cuentan con los dispositivos tecnológicos necesarios para acceder a sitios web, lo cual dificulta la labor de divulgación de la Unidad Técnica de Gestión Vial.

Cabe agregar que en León Cortés aún prevalecen sectores de la población que si bien tienen acceso a información digital, prefieren contar con el documento físico, esto es; con la publicación en papel, especialmente cuando se trata de contenidos de carácter noticioso o informativo. Esta preferencia por lo impreso, reviste particular importancia para los líderes comunales, quienes requieren información oficial para ganar credibilidad ante sus vecinos y fomentar la participación. Es por ello que la Municipalidad de León Cortés ha decidido apostar por la creación de un medio impreso, de circulación local, enfocado en su territorio y en las necesidades de comunicación de sus pobladores.

Por otra parte, y dado que la Unidad Técnica de Gestión Vial de León Cortés promueve la participación ciudadana como mecanismo para generar propuestas de mejoramiento vial desde las comunidades, se establece la necesidad de valorar a los hombres y mujeres comprometidos en comités de caminos de todo el cantón como gestores de ideas valiosas que ayuden a definir la identidad del nuevo medio periodístico. De este modo, se busca que las futuras publicaciones institucionales tomen como punto de partida a los ciudadanos que se involucran en los procesos de toma de decisión, en vez de actuar como meros espectadores del quehacer político.

La idea implícita en este proyecto es que los pobladores de León Cortés logren participar en la vida pública con conocimiento, de modo que puedan influir en el desarrollo

de sus comunidades y facilitar la gestión del gobierno local, fiscalizando las obras que se llevan a cabo en los caminos municipales para prevenir errores, denunciar arbitrariedades y maximizar los recursos disponibles. Esto implica promover una ciudadanía menos conformista, que demande una mejor rendición de cuentas por parte de los actores de la vida política y exija calidad en la gestión de sus representantes. En relación con este tema Fortunato (2012) señala:

Cuando la novedad de la comunicación invadió el terreno de la política no fueron pocos los que atendieron a este fenómeno y se lanzaron a comunicar sus acciones de gobierno. Desde ese entonces, incontinentes y aislados anuncios que cifran lo hecho por el municipio desbordan de información a ciudadanos –aparentemente-distraídos. “Repavimentamos 1000 kilómetros de ruta”, “instalamos 150 kilómetros de desagües cloacales” son algunos de los innumerables mensajes que dispara la concreta comunicación municipal. Ahora bien, 1.000 km de ruta ¿es mucho o es poco? La respuesta a este interrogante se torna poco significativa cuando se advierte el despertar de una ciudadanía más exigente y demandante con sus representantes que no se conforma ni contenta con la figura de un intendente, cuya función se limita a garantizar el buen funcionamiento de los semáforos o a arreglar los baches de la calles. (p.1).

No obstante, desde la óptica de la comunicación, rescatar al ciudadano de la invisibilidad a la que ha sido sometido históricamente supone varios retos. Ana María Miralles señala que uno de esos retos es suplantarse el mito del ciudadano como “un personaje del mundo privado, apático frente a los asuntos públicos, desinteresado, desinformado, destinado a que otros piensen por él” (Miralles, 2002, p. 25).

En este sentido, el presente proyecto de investigación busca coadyuvar en la definición de los aspectos fundamentales de una propuesta organizacional que desde su planteamiento valore al ciudadano. Para ello se considera necesario preguntarse ¿Qué características de presentación, tratamiento y formato debe contemplar el manual de

identidad de un periódico impreso sobre gestión vial participativa en León Cortés, para que su contenido resulte útil, interesante y atractivo para sus lectores potenciales? La respuesta a dicha interrogante da como resultado una serie de rasgos culturales, visuales, verbales y de producto que sistematizados de forma coherente, sirven de base para diseñar el manual de identidad del nuevo medio periodístico.

Antecedentes

El presente proyecto de investigación plantea desarrollar el manual de identidad para una propuesta mediática institucional, en formato impreso, que pueda resultar atractiva para el lector, no solo desde el punto de vista estético sino también del mensaje, al tiempo que se cumple con la rendición de cuentas como derecho de la ciudadanía y como deber de la Municipalidad de León Cortés. Es por ello que en este apartado se presenta una reseña de los principales aportes sobre el tema en estudio, partiendo desde la historia para luego revisar las investigaciones realizadas en el plano internacional y finalmente brindar un acercamiento al contexto costarricense.

Historia: Derechos humanos y rendición de cuentas en gestión vial

Los gobiernos locales, como entes que viven a diario el desarrollo y las complicaciones comunitarias, se convierten en los encargados directos de traducir las obligaciones nacionales en materia de derechos humanos en acciones concretas a través de sus políticas públicas. Así lo indica la Organización de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos:

Los gobiernos locales, por su cercanía con los ciudadanos, tienen más posibilidad de generar un impacto real sobre todos los aspectos relacionados con la realización de los derechos a la educación, la vivienda, la salud, culturales, de la libertad de expresión, fomentando la igualdad, la inclusión y la protección de las minorías. (Ciudades y Gobiernos Locales Unidos [UCLG], 2015, párr. 4).

Uno de los derechos universales que deben custodiar los gobiernos locales es la libertad de opinión y de expresión. Al respecto cabe recordar lo que indica la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948:

Artículo 19. Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión (Párr. 28).

Es así que en el siglo XX la comunicación comienza a tener un carácter estratégico en el esfuerzo por mejorar la relación de las organizaciones con su entorno. De acuerdo con Túñez (2012) dicho proceso se ve reforzado mediante cinco argumentos o etapas diferenciadas a saber:

a. El reconocimiento del Derecho Universal a la Información. b. La consolidación del entorno de la comunicación pública como principal espacio de construcción social. c. La democratización de las sociedades y la mayor participación social de los ciudadanos. d. La generalización de la economía de mercado y el auge de la comunicación. e. La aceptación general de la responsabilidad pública de las organizaciones (p. 19).

Entrando ya en el ámbito específico de la participación ciudadana y la rendición de cuentas en gestión vial, desde hace varios años atrás la legislación costarricense respalda y custodia el cumplimiento de dichas iniciativas. En 2001, la Ley de Simplificación y Eficiencia Tributaria N° 8114, establece un porcentaje del impuesto al combustible en beneficio de las municipalidades para la atención exclusiva de la red vial cantonal. Los recursos provenientes de dicha ley, deben ejecutarse preferiblemente bajo la Modalidad Participativa de Ejecución de Obras, que permite incorporar el aporte de las comunidades y

de la sociedad civil en general, en efectivo o en especie, con lo cual se contribuye a garantizar la sostenibilidad de las vías (La Gaceta N° 138, 2008, p.4).

Gestión vial es un término que engloba el conjunto de obras o acciones necesarias para alcanzar una meta de conservación, mantenimiento, mejoramiento, rehabilitación o construcción vial, que debe ser planificada y evaluada, con participación de los usuarios. En este sentido, la gestión vial responde cuatro preguntas clave “qué hay que hacer, dónde, en qué forma y cuándo (La Gaceta N° 138, 2008, p.4).

Posteriormente, en 2008 mediante Decreto N° 34624-MOPT Reglamento Sobre el Manejo, Normalización y Responsabilidad para la Inversión Pública en la Red Vial Cantonal, se sientan las bases para la creación de la Unidad Técnica de Gestión Vial (UTGVM) como departamento con recursos independientes, pero inserto en la estructura interna de las municipalidades. A este equipo de trabajo se le atribuye, entre otras competencias, la responsabilidad de divulgar la labor realizada en gestión vial, a través de los medios de prensa o electrónicos, murales gráficos, volantes y otros apropiados al cantón (La Gaceta N° 138, 2008, p.10).

A mediados de 2009, la Municipalidad de León Cortés completa la estructura básica de la UTGVM, mediante la contratación en propiedad de un ingeniero en el cargo de director y una promotora social como profesional en Ciencias Sociales. A partir de ese momento, la función de divulgación empieza a gestarse en el departamento mediante la publicación de la rendición anual de cuentas de gestión vial en alguno de los medios impresos que hasta el año 2015 circularon por la Zona: Ruta 21 y Los Santos Hoy.

El periódico Ruta 21 inició como un proyecto académico a cargo de Karen Solano Hidalgo, estudiante de Periodismo de la Universidad Internacional de las Américas, quien se propuso crear un medio alternativo de noticias positivas y constructivas enfocado en aspectos culturales, sociales y educativos, en los pueblos de la Zona de Los Santos. En su versión impresa Ruta 21 circuló por seis años aproximadamente, financiándose mediante

pautas publicitarias de las municipalidades, comercios y empresas públicas y privadas de los tres cantones. No obstante, el medio informativo dejó de existir en formato impreso y perdió vigencia en versión digital.

Por otra parte, Los Santos Hoy es un proyecto informativo que se caracteriza por su carácter regional y por su enfoque de denuncia pública en el ámbito político. Dicho medio periodístico fue fundado por José Hernández Pérez en 2011, y sigue vigente hasta la actualidad pero solo en formato digital. Al discontinuarse la edición impresa de este periódico, se eliminó la última opción mediática en la Zona de Los Santos que reunía las condiciones necesarias como proveedor municipal y que por lo tanto resultaba una alternativa viable, en formato y costo, para realizar la rendición de cuentas de la Municipalidad de León Cortés a la ciudadanía.

Ya en el año 2016, Internet se convierte en la plataforma más utilizada para difundir avisos, noticias y datos relacionados con el quehacer municipal. Según el Informe de Rendición de Cuentas de Junta Vial Cantonal 2016, elaborado por la Municipalidad de León Cortés, durante ese año la UTGVM realizó 100 publicaciones en el perfil oficial de Facebook de la institución, alcanzando 61.118 personas en total. Sin embargo, el informe reconoce que si bien la plataforma digital “permite realizar publicaciones de interés para la comunidad en general, transformando a los perceptores de información en líderes de opinión y generadores de contenidos, actualmente el uso de las redes sociales se limita a quienes tienen acceso a Internet” (p. 21).

Aunado a lo anterior, cabe destacar que si bien Facebook es el medio de comunicación más utilizado por los funcionarios de la Municipalidad de León Cortés, la mayoría de las publicaciones oficiales se realizan de manera empírica, sin que medie una línea orientadora que trace los límites entre lo periodístico y lo meramente político y, a final de cuentas, sin que se conozca las particularidades del formato digital como medio para divulgar información útil y oportuna para pobladores del cantón. Es así como surge la

necesidad de plantear una propuesta mediática alternativa, pensada en aquellos líderes de opinión que prefieren informarse por vías diferentes a Internet.

Finalmente, en Sesión Extraordinaria número 19 del 7 de junio del 2017, el Concejo Municipal de León Cortés aprueba el Plan de Conservación, Desarrollo y Seguridad Vial Cantonal 2017-2021, mismo que plantea la creación de un periódico impreso, semestral, que sirva para realizar la rendición de cuentas de la Unidad Técnica de Gestión Vial a la ciudadanía y que además se convierta en una herramienta periodística para mantener a la población informada sobre los diferentes procesos viales que se llevan a cabo en los caminos del cantón (Municipalidad de León Cortés, 2016c, p.72).

En este contexto, la promotora social de la UTGVM se plantea llevar a cabo el presente proyecto de investigación, con el fin de diseñar el manual de identidad del medio periodístico requerido por la Municipalidad y, específicamente, por el departamento en que labora desde hace 8 años. Dicha propuesta surge ante la carencia de recursos humanos, técnicos, financieros y organizacionales por parte de la institución para realizar el proyecto en el nivel interno, o bien para contratar los servicios de una empresa de comunicación o de una agencia de publicidad que se encargue de definir los principales elementos de la identidad (cultural, visual y verbal) del medio periodístico, así como los rasgos propios del producto que podrían resultar más atractivos para los lectores potenciales.

Investigaciones internacionales

La comunicación organizacional como herramienta para mejorar la relación de las instituciones con sus públicos externos ha sido ampliamente abordado por profesionales y académicos en todo el mundo. Sin embargo, hasta la fecha no se ha encontrado ninguna investigación relacionada con la comunicación y su rol en la promoción de la gestión vial participativa. Es por ello que a continuación se presentan algunos acercamientos al tema en estudio, que si bien no están directamente enfocados en los objetivos del presente proyecto

de investigación, podrían brindar algunas luces que orienten el camino correcto hacia la elaboración de un manual de identidad para un medio periodístico impreso en el ámbito municipal.

A modo de preámbulo general, Miguel Túñez presenta el libro titulado *La gestión de la comunicación en las organizaciones* (2012), mediante el cual dicho autor español se enfoca en mostrar “una visión global y unitaria de la gestión de la comunicación interna y externa en las organizaciones como modo de relacionarse con todos sus públicos con informaciones, mensajes y acciones que redunden en un posicionamiento y una reputación positiva” (p.9). Esta publicación digital se considera útil para el presente proyecto porque su contenido ayuda a explicar temas y conceptos primordiales para la investigación, tales como posicionamiento organizacional, comunicación externa, imagen, público, logotipo, reputación, entre muchos otros tópicos que podrían contribuir en el planteamiento del manual de identidad requerido por la Municipalidad de León Cortés.

Otra investigación interesante sobre el tema de la comunicación organizacional, pero enfocada en el entorno específico de una municipalidad chilena, se presenta en la tesis de María Eugenia Mayorga Barrientos titulada *Análisis del sistema de comunicación externa de la ilustre Municipalidad de Ancud y propuesta de una estrategia de comunicación institucional*. Mediante dicho proyecto para optar por el grado de licenciada en Comunicación Social de la Universidad Austral de Chile, Mayorga argumenta que la comunicación organizacional se origina en la necesidad de acercarse a la organización con sus públicos a fin de concretar sus objetivos y propósitos, para mejorar los resultados de la gestión municipal (Mayorga, 2003, p.28).

También en el ámbito municipal, pero esta vez en tierras peruanas, Lesly López Alarcón, presenta la tesis titulada *La Comunicación Organizacional como ventaja competitiva en la Municipalidad Provincial de Andahuaylas*, 2014. Este trabajo se considera digno de rescatar ya que coincide en la visión de la comunicación como herramienta potencial para cumplir los objetivos propuestos por la institución de un modo

eficiente y eficaz. Al respecto López (2015) indica que la comunicación es un proceso permanente de transmisión y recepción de valores, acciones e ideas, que permita crecer y desarrollarse como grupos y organizaciones con la firme convicción de superar obstáculos y de alcanzar los objetivos (p. 2).

En Colombia, Sandra Milena Montoya Jiménez presenta el proyecto de investigación denominado Diseño y ejecución de la propuesta de creación del periódico institucional del Colegio Canadiense. Si bien, la tesis de Montoya para optar por el título de comunicadora se destina al ámbito interno de una empresa educativa, su trabajo es valioso para el presente proyecto de investigación ya que expone las diferentes etapas, desde el desarrollo hasta la ejecución, de un medio de comunicación institucional que permitiera la publicación de contenidos de los estudiantes y la cooperación de toda la comunidad académica en general (Montoya, 2010).

También en Colombia, Hincapié, Pabón y Preciado (2009), mediante el artículo Los indicadores de medida en la Comunicación Organizacional, recalcan la importancia de la comunicación en los planes globales de cada entidad, al integrarse en la toma de decisiones de tipo corporativo y servir de mecanismo para brindar explicaciones sustentadas sobre las razones que impiden o facilitan a la organización alcanzar los niveles esperados de calidad (p.123). Aquí cabe señalar que toda institución que administra recursos públicos está en la obligación de dar a conocer sus logros y limitaciones en un ambiente de claridad y transparencia. No obstante, la Municipalidad de León Cortés carece de una política clara de comunicación organizacional, que facilite divulgar los logros y desafíos que enfrenta el gobierno local para brindar servicios de calidad a los ciudadanos.

Investigaciones nacionales

El presente proyecto de investigación aborda un tema poco explorado en Costa Rica, puesto que actualmente no existe ninguna tesis que verse sobre la elaboración de un

medio periodístico impreso sobre gestión vial, específicamente diseñado para la Municipalidad de León Cortés y que además incluya una propuesta de manual de identidad como producto. No obstante, mediante la búsqueda exhaustiva de información en las bibliotecas nacionales se comprueba que en el nivel teórico y conceptual se han realizado valiosos esfuerzos por mejorar la comunicación organizacional de diversas instituciones costarricenses, incluyendo medios de comunicación. Es así que en este apartado se presentan algunos de los principales acercamientos al tema en estudio.

Bajo la modalidad de proyecto de graduación, Javier Córdoba Morales y Natalia Rodríguez Mata presentan la tesis titulada Estrategia de contenidos periodísticos para la versión digital del Semanario Universidad (2014). Dicho proyecto propone un manual de estilo para el periódico de la Universidad de Costa Rica en su versión digital, como una herramienta para quienes trabajan en el medio, desde la Dirección hasta la Redacción, pasando por Informática, Diseño y Fotografía. Esta tesis se considera un antecedente valioso, dado que presenta algunos lineamientos básicos de redacción, de producción de contenidos, entre otros elementos de forma y fondo que podrían resultar útiles para desarrollar de forma exitosa el presente proyecto de investigación, particularmente en lo que respecta al identidad verbal del medio propuesto.

En la misma casa de enseñanza, Julia Barrantes Dall'Anese presenta la tesis titulada Análisis de los gustos, preferencias y hábitos de consumo de medios de comunicación de los trabajadores de la construcción en obra en Costa Rica. Dicho trabajo final de graduación, para optar por el grado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Publicidad, se considera valioso para el presente estudio ya que utiliza el cuestionario cualitativo y el grupo focal como herramientas de recolección de datos primarios, que posteriormente se utilizan en el diseño de estrategias de comunicaciones dirigidas a la población objetivo (Barrantes, 2014).

También en la UCR, Nidia Burgos Quirós presenta la tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva denominada Propuesta de creación de un programa de periodismo económico para Canal 15 UCR. Mediante su trabajo Burgos investiga sobre las características que requiere un programa periodístico de tal índole para resultar atractivo para su público, tomando en cuenta que la temática económica podría resultar compleja para la audiencia (Burgos, 2013). Dicha investigación se considera útil para los fines de este proyecto ya que, si bien se trata de un medio diferente y de una temática distinta, Burgos se centra en el interés de la audiencia, compartiendo ese enfoque con la propuesta periodística a realizar mediante la presente investigación.

Por otra parte, en el nivel práctico se han dado en Costa Rica algunas iniciativas de periódicos municipales orientados a divulgar la labor que realizan los ayuntamientos en el campo específico de la gestión vial. Una de esas propuestas es el periódico “Gobierno Municipal Naranjo” cuya primera edición se difundió en agosto del 2012. Dicha publicación impresa de carácter local se nutrió de contenido (texto e imágenes) gracias al insumo de información suministrada por la Unidad Técnica de Gestión Vial del ayuntamiento. No obstante, la dirección periodística, diseño gráfico y producción general del medio informativo se realizó mediante contratación de Grupo América Revistas y Periódicos (Municipalidad de Naranjo, 2012).

La propuesta mediática de la Municipalidad de Naranjo es atractiva desde el punto de vista visual, con mucho color e imágenes de gran tamaño. Sin embargo, el tratamiento periodístico es más de tinte político y del quehacer propio del ayuntamiento en materia vial. En este sentido, el gobierno local cumple satisfactoriamente con su responsabilidad de rendir cuentas a la ciudadanía, sin embargo, el rol del ciudadano queda relegado a un segundo plano, pues al omitir su participación, se le presenta como un simple beneficiario o espectador del accionar institucional. Dicho enfoque de la información, riñe con la idea básica del presente proyecto de investigación, que más bien busca mostrar al líder

comunal como un actor social de vital importancia para el éxito de los proyectos que se llevan a cabo en la red vial cantonal de León Cortés.

Proyecciones

El presente proyecto de investigación busca mejorar la comunicación organizacional de la Municipalidad de León Cortés. Mediante la elaboración del manual de identidad de una propuesta mediática institucional, que sirva como plataforma para brindar a los comités de caminos información periodística oportuna e interesante, en materia vial. Es así que, como punto de partida, se trabajará en el diseño, validación, aplicación y sistematización de las herramientas de recolección de datos primarios, y su consecuente interpretación, con el fin de conocer los gustos, preferencias y expectativas de los comités de caminos, así como su percepción sobre los esfuerzos de comunicación que lleva a cabo la Municipalidad.

Posteriormente, a partir del diagnóstico realizado mediante la aplicación del método de investigación-acción-participativa, se desarrollan todas las actividades necesarias para sistematizar la información resultante de la consulta a los comités de caminos. A la luz de dicha información, ordenada e interpretada, se definen los principales características de mensaje, forma y fondo del nuevo medio periodístico, plasmándose como producto en el manual de identidad que se muestra en el Apéndice S de la presente tesis. El propósito del manual es servir de guía que unifique tanto la primera edición del periódico, como las futuras publicaciones, contribuyendo a mejorar la comunicación organizacional de la Municipalidad de León Cortés hacia la comunidad.

Valga aclarar que la puesta en marcha del periódico impreso como producto, se contempla como una fase posterior a la presente investigación, razón por la cual en el Apéndice R se incluye un plan de implementación. Esto por cuanto el contenido informativo debe pasar por varios filtros previos al envío del periódico a concurso para diseño gráfico. Dichos filtros comprenden el visto bueno del director de la UTGVM y del

Concejo Municipal, así como la validación de la propuesta ante una muestra del público objetivo, realizando luego los ajustes y adaptaciones necesarias. Así, se espera que el periódico definitivo esté listo para distribución en febrero de 2018, en una fecha posterior a las elecciones presidenciales que tendrán lugar en Costa Rica el próximo año.

CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

En las últimas décadas, innumerables autores han brindado aportes significativos sobre la comunicación y su importancia en el quehacer de las instituciones. Sin pretender ser exhaustivo, en este apartado se exponen algunas teorías, conceptualizaciones y contextualizaciones que podrían servir de insumo para perfilar el manual de identidad de una propuesta mediática de la Municipalidad de León Cortés destinada a promover la gestión vial participativa. Para ello se realiza un recorrido desde los conceptos más generales relacionados con la comunicación en las sociedades, haciendo énfasis en las características propias del contexto en estudio, para finalmente aterrizar en los factores que enmarcan la creación de un periódico municipal especializado en gestión vial participativa.

Comunicación organizacional con enfoque comunal

La comunicación como materia de estudio puede abordarse desde diferentes disciplinas tales como Sociología, Psicología, Filosofía, Etnografía, Pedagogía e Historia, entre muchas otras. Por eso, es comprensible que infinidad de autores hayan intentado brindar una definición acertada de la comunicación como fenómeno social, así como de su importancia en la cotidianeidad de las personas, de las organizaciones y de las comunidades en general. No obstante, esta investigación procura enfocarse en aquellas publicaciones realizadas desde lo profesional, lo académico y lo laboral, que contribuyen a sustentar la pertinencia de una propuesta mediática de corte institucional, con enfoque en el ciudadano.

Así, como parte de la exploración bibliográfica consultada sobre el papel protagónico de la comunicación en la vida cotidiana de las personas, las organizaciones y las sociedades, se valora el aporte de Lema (2000), quien a modo de recopilación aborda el tema de la comunicación en su trabajo titulado *¿Cómo nos comunicamos los seres humanos?* En dicho resumen Lema brinda el siguiente concepto:

Etimológicamente “comunicación” proviene del latín “comunis”: al comunicarme intento establecer una ‘comunidad’ con alguien, compartir una idea, un sentimiento, una actitud. En otras palabras, la comunicación es un intercambio de información de índoles muy diversas en el marco de una relación o interacción entre comunicantes (p.1).

Para efectos de esta investigación, la definición brindada por Lema es importante y pertinente porque ayuda a explicar la necesidad del ser humano de comunicarse, dado que vive inmerso en grupos sociales o comunidades que requieren interactuar entre sí, por medio del intercambio de información. Así, en el caso de los líderes comunales que trabajan en el mejoramiento de la infraestructura vial de forma participativa, la comunicación es un factor esencial que ayuda a determinar la efectividad de sus gestiones, al actuar como representantes de la comunidad ante la Municipalidad y viceversa.

Por su parte, Favaro (2008), alega que nadie se comunica desde espacios abstractos e ideales, sino que por el contrario:

Cualquier persona integrada socialmente produce pensamientos ideas y mensajes entroncados en las claves culturales de su época, los conflictos, los modismos, los tonos de un lugar y un momento concretos. Y además está el tema de la estructura social; todos pensamos y hablamos desde una situación en el escenario económico, político y cultural, que quiere imponer intereses y objetivos en la relación con los demás (p.18).

Esto implica que al vivir en sociedades, épocas y lugares específicos, las personas entablan formas particulares de pensar y de expresarse. Por eso, para efectos de la presente investigación, no es aceptable tomar como molde un periódico municipal elaborado en otro cantón, Naranjo por ejemplo, y simplemente copiar sus características para aplicarlas a León Cortés. Aunque se trate del mismo país o de regiones con características en común, dicha acción no solo resta autenticidad y originalidad a un medio de comunicación, sino

que además podría repercutir en el rechazo o desinterés por parte de los lectores potenciales. El componente social es, por tanto, un tema fundamental por tomar en cuenta en la elaboración del manual de identidad de un medio periodístico local.

Conservación vial participativa

“Las sociedades modernas son también sociedades de organizaciones ya que este es el modo elegido por sus miembros para agruparse” (Túnez, 2012, p.19)

En Costa Rica, la conservación vial participativa hace referencia a la coordinación y cooperación que se establece entre la Municipalidad y la ciudadanía a través de sus organizaciones comunales, con el propósito de planificar, ejecutar, controlar y evaluar proyectos viales de diversa índole. Al respecto el Decreto No 34624-MOPT establece que dicha modalidad requiere “acompañar las obras técnicas con otros elementos como organización, capacitación, promoción y control social, que motiven el interés de los usuarios, la cooperación y la solidaridad” (La Gaceta N° 138, 2008, p.4).

En esta coyuntura, León Cortés apuesta por la creación de un periódico impreso, dirigido a los líderes comunales que coadyuvan en el mejoramiento de la infraestructura vial de forma participativa, en un esfuerzo por visibilizar al ciudadano como promotor del crecimiento económico y el desarrollo de las comunidades. Es por ello que las siguientes líneas se enfocan en el marco global de planificación vigente, que le permite al gobierno local a través de la Unidad Técnica de Gestión Vial, inyectarle recursos al rubro de divulgación, mismo que asigna un rol protagónico a los comités de caminos en la promoción de la participación ciudadana en todo el país.

Marco global de planificación

En buena teoría, el funcionario municipal solo puede hacer lo que expresamente esté permitido en la ley. Esto por cuanto, concebidas como personas jurídicas, las

municipalidades tienen como límite de su actuación el principio de legalidad, según el cual toda administración pública puede realizar aquellos actos que el ordenamiento jurídico le autorice; principio que está contenido en el artículo 11 tanto de la Constitución Política como de la Ley General de la Administración Pública. (IFAM, 2016, p.10).

Es importante señalar que existe un marco global de planificación en función del cual la Municipalidad de León Cortés ha decidido realizar un medio periodístico dedicado a promover el desarrollo comunal a través de la conservación vial participativa. Dicho lineamiento facilita optar por los recursos económicos que por ley le corresponden, tanto del impuesto al combustible (Ley. N° 8114), como de partidas específicas y otros recursos provenientes de entidades nacionales y extranjeras, de modo que la propuesta organizacional sea viable y sostenible en el tiempo.

En este contexto, Costa Rica cuenta con el Plan Nacional de Transportes (2011-2035), que promueve la mejora, reconstrucción y conservación de las redes cantonales, enfocándose en su eficiencia (infraestructura, recursos, capacidades y procedimientos), su competitividad (servicios, calidad y coste) y su seguridad (accidentes y actos ilícitos), entre muchos otros aspectos aplicables a la red de caminos municipales de todo el territorio costarricense (Municipalidad de León Cortés, 2016c, p.18).

En el ámbito local, León Cortés tiene como referente el Plan de Desarrollo Humano Cantonal (PDHC 2010-2020), que en el eje de desarrollo económico busca fomentar las oportunidades, las capacidades humanas y organizacionales que favorezcan el crecimiento económico y la satisfacción de las necesidades básicas de la población, priorizando las necesidades para desarrollar proyectos y darles solución a corto, mediano y largo plazo (Municipalidad de León Cortés, 2016c, p.17).

Aunado a lo anterior, la Municipalidad de León Cortés cuenta con el Plan de Conservación, Desarrollo y Seguridad Vial Cantonal 2017-2021, mismo que establece las metas y objetivos propuestos en materia de gestión vial, en un plazo de cinco años. Dicha

herramienta de planificación tiene por finalidad impulsar el desarrollo local y procurar una mejor calidad de vida para quienes actualmente habitan en el cantón, así como para las futuras generaciones (Municipalidad de León Cortés, 2016c, p.12).

Sobre la Unidad Técnica de Gestión Vial

La Unidad Técnica de Gestión Vial (UTGVM) es el departamento encargado de dar servicio de gestión vial en el ámbito local. Su operación y financiamiento se incluye dentro del plan operativo anual de cada municipalidad, como parte de las actividades por ser financiadas con los recursos provenientes de la Ley de Simplificación y Eficiencia Tributarias N° 8114. Con respecto a sus competencias y responsabilidades, el Decreto N° 34624-MOPT, le atribuye a la UTGVM, entre muchas otras, la siguiente función:

Promover la conservación vial participativa, a través del fortalecimiento de las organizaciones locales y su vínculo con otras instancias afines, con el propósito de propiciar trabajos conjuntos de conservación de las vías públicas y el control social de los proyectos que se realicen (La Gaceta N° 138, 2008, p.8).

Si bien, el esfuerzo que realiza la UTGVM por mantener a la comunidad informada en temas de gestión vial es significativo, tomando en cuenta que la institución carece de un encargado de comunicación dentro de su estructura organizacional, a menudo los comités de caminos manifiestan falta de conocimiento sobre temas de interés comunal. Es por ello que en este apartado se muestra un resumen de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) del departamento vial, con el fin de evidenciar los factores que determinan su eficiencia y efectividad. Los datos aquí contemplados se extraen del Estudio Situacional de la Unidad Técnica de Gestión Vial elaborado por la Municipalidad de León Cortés en 2016.

Entre las principales fortalezas de la UTGVM, en el nivel interno, se destaca que el equipo de trabajo se encuentra conformado por 11 funcionarios en propiedad, quienes disponen de oficinas administrativas modernas, un plantel municipal independiente y una flotilla de maquinaria especial en excelente estado. Aunado a lo anterior, en el nivel externo se valora el alto grado de interés y compromiso por parte de los comités de caminos del cantón, lo cual facilita las labores de gestión vial lideradas por el gobierno local (Municipalidad de León Cortés, 2016b, p. 7).

Paralelamente, la Municipalidad de León Cortés visualiza como oportunidad toda posibilidad de trabajo conjunto con otras entidades públicas y privadas, dentro y fuera del territorio costarricense. De este modo, la UTGVM puede gestionar, coordinar y ejecutar proyectos de infraestructura vial no solo ante instituciones nacionales como DINADECO, sino también ante instancias internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Además, desde lo local es posible coordinar obras viales con cantones vecinos de modo que se atiendan caminos y puentes en rutas limítrofes, en la búsqueda de beneficio común para la región y sus pobladores (Municipalidad de León Cortés, 2016b, p.8).

Por otra parte, entre las principales dificultades que afronta la UTGVM de León Cortés se menciona que la mayoría de los caminos de la Red Vial Cantonal se encuentra en mal estado, los fondos asignados por el gobierno central están comprometidos a la cancelación del préstamo para la compra maquinaria y, además, que el departamento no cuenta con suficiente personal para atender los nuevos requerimientos relacionados con la adquisición de maquinaria municipal (Municipalidad de León Cortés, 2016b, p. 8).

Finalmente, como amenazas o factores adversos a la UTGVM se identifica la falta de recurso humano en la Municipalidad de León Cortés para desempeñarse en áreas fundamentales para la institución, tales como gestión ambiental y comunicación organizacional, lo cual podría comprometer y dificultar las labores propias del departamento. Por otra parte, en el nivel externo se identifican amenazas de diversa índole,

tales como posibles variaciones en el precio del combustible y cambios en las políticas nacionales, entre muchas otras (Municipalidad de León Cortés, 2016b, p.9).

Comités de caminos y participación ciudadana

El presente apartado versa sobre uno de los pilares de la participación ciudadana en León Cortés: la Red de Comités de Caminos. Este grupo social está integrado por al menos 500 líderes comunales, que sirven de enlace entre el gobierno local y los pobladores del cantón, en temas relacionados con gestión vial. De este modo, las personas involucradas en dichas organizaciones comunales no solo contribuyen al mejoramiento de los caminos y ejercen el control social sobre las obras que se realizan en los trayectos de su jurisdicción, sino que también favorecen una mayor eficiencia en la intervención pública, brindando propuestas para optimizar los recursos disponibles.

La participación ciudadana en los proyectos comunales ofrece múltiples ventajas, tanto para las instituciones involucradas como para la sociedad en general. Así lo explican Martín, P. y Basagoti, M. (2002):

Las metodologías participativas, como herramientas complementarias del trabajo profesional en el ámbito micro-local, como un barrio, distrito o municipio, pueden contribuir a alcanzar el “objetivo último” de integración comunitaria y cohesión social. La participación ciudadana es un medio para mejorar la calidad de vida (párr.7).

De acuerdo con el Decreto N° 34624-MOPT, los Comités de Caminos son instancias de apoyo a la labor de las Unidades Técnicas de Gestión Vial, que funcionan como organizaciones comunales encargadas de coordinar con los órganos municipales competentes, las labores de planificación y definición de prioridades de inversión, así como en la ejecución de las tareas relacionadas con el desarrollo y la conservación vial (La Gaceta N° 138, 2008, p.8).

En León Cortés, dichas organizaciones sociales están constituidos por grupos de 5 a 7 personas, que han sido electas como representantes de la comunidad mediante votación o nombramiento simple, en Asamblea General de vecinos. Para su funcionamiento, la junta directiva del comité deberá estar juramentada y adscrita a la respectiva Asociación de Desarrollo Integral, u otra entidad de interés público con personería jurídica, cumpliendo preferiblemente con el principio de equidad de género.

Desde la óptica del gobierno local, León Cortés es una zona de vocación agrícola que carece de recursos propios suficientes para el desarrollo de infraestructura vial. Es por ello que la participación ciudadana se considera indispensable en el mejoramiento de trayectos que por su importancia social requieren de una atención más pronta y oportuna. Así, la UTGVM ha promovido la creación de comités de caminos a lo largo de la Red Vial Cantonal, llegando a integrar un total de 100 comités activos a la fecha. De acuerdo con la Municipalidad, el papel de la comunidad en la gestión vial es tan protagónico que actualmente un mismo camino municipal cuenta incluso con dos o tres comités de caminos (Municipalidad de León Cortés, 2016c, p.41).

De los comités de caminos de León Cortés se espera que sean actores directos en la gestión de recursos, motivando la participación de los vecinos de acuerdo con sus posibilidades, pero además uniendo esfuerzos con pobladores de comunidades aledañas, así como con microbeneficios y empresas locales que se sirven del camino, para trabajar en la búsqueda de soluciones conjuntas a problemas puntuales en la red vial de su jurisdicción. Así por ejemplo: alcantarillas que no abastecen, trayectos que requieren barandas de seguridad, incumplimiento de la ley general de caminos públicos, atención de emergencias cantonales, entre muchos otros.

Paralelamente, los comités de caminos deben realizar inspecciones periódicas de los trayectos que se consideran prioritarios intervenir, ya sea por riesgo de emergencia o bien por interés comunal, informando por escrito a la Municipalidad sobre los acuerdos tomados mediante reunión de junta directiva, así como las acciones necesarias para conseguir los

objetivos propuestos en materia vial. En este sentido “La participación y la consulta permiten anticiparse a ciertas demandas ciudadanas antes de que estas cristalicen en reivindicaciones que pueden producir respuestas apresuradas, escasamente planificadas y probablemente más costosas económicamente (Martín, P. y Basagoti, M., 2002, párr. 2)

Si bien no todas las comunidades de León Cortés cuentan con una organización responsable de velar por el buen estado de las rutas locales, algunos trayectos tienen incluso tres comités de caminos inscritos ante la Municipalidad. Dichas entidades sociales comparten con el gobierno municipal la responsabilidad de establecer programas de divulgación hacia la comunidad para motivar a los vecinos a colaborar y aumentar la credibilidad en la gestión vial participativa como método de trabajo. En este sentido, es de esperarse que el medio periodístico impreso propuesto por la UTGM sirva además como punto de referencia para que los líderes comunales realicen campañas de divulgación que motiven a sus propios vecinos a involucrarse y ser partícipes de los programas y proyectos que inciden en el bienestar social de las comunidades.

Características de León Cortés vinculadas a la red vial.

La Red Vial Cantonal (RVC) es el conjunto de calles y caminos públicos que no están incluidos dentro de la Red Vial Nacional y cuya administración es de responsabilidad municipal (La Gaceta N° 138, 2008, p.4). A la fecha, en León Cortés, dicha red comprende 207,051 km, distribuidos en 90 caminos municipales que comparten rasgos generales relacionados con su alta vulnerabilidad ante eventos naturales, tanto por su relieve natural como por efecto de la acción humana. Por eso, en este apartado se presentan algunas características relevantes del ayuntamiento en cuanto a su ubicación geográfica, población, indicadores sociales, entre otros factores que se considera importante valorar en la elaboración de un medio periodístico especializado en gestión vial.

Ubicación geográfica y vulnerabilidad

León Cortés está situado al sureste de San José, capital de Costa Rica y comprende una superficie total de 120.8 km². El cantón limita al norte con Desamparados, al este con Dota, al oeste con Aserrí y al sur con Tarrazú. Su territorio presenta un relieve bastante irregular, con pendientes moderadas a fuertes y evidencia de numerosas cicatrices de fallas y deslizamientos, algunos de ellos activos. Además, los cortes de los caminos, así como el aprovechamiento de la tierra para la producción de café, provocan erosión y desestabilización de los suelos. Esto incide en que la gran mayoría de los caminos sean vulnerables a sufrir afectaciones por deslizamientos, inundaciones y hundimientos, entre otros eventos naturales (Municipalidad de León Cortés, 2016c, pp. 21-22).

Como consecuencia de lo anterior, la mayoría de los caminos municipales de León Cortés se caracterizan por el tipo de superficie predominante en lastre, el tránsito promedio diario bajo y, en términos generales, su mal estado. Al respecto, el diagnóstico realizado por la Unidad Técnica de Gestión Vial del ayuntamiento en 2016, advierte que 85 de 90 caminos municipales tienen la superficie de ruedo muy deteriorada, irregular o con material suelto y con sistemas de drenaje deficientes. La mayoría de dichos trayectos comunican a sitios de interés comunal o son rutas de transporte de productos agrícolas (Municipalidad de León Cortés, 2016c, p.65).

Indicadores sociales del cantón

Administrativamente León Cortés se subdivide en seis distritos: San Pablo, San Andrés, Llano Bonito, San Isidro, Santa Cruz y San Antonio. De acuerdo con los resultados del último censo nacional realizado en 2011 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la población total aproximada del municipio es de 12.200 habitantes (ver Apéndice A), la mayoría de los cuales (34,5%) vive en el distrito de San Pablo; cabecera del cantón. (Municipalidad de León Cortés, 2016c, p.28).

El Censo 2011 del INEC muestra que la tasa de desempleo abierto en León Cortés es de 2,4%, siendo que la gran mayoría de las personas ocupadas son hombres y se ubican en el grupo ocupacional agropecuario. Paralelamente, los datos relacionados con el acceso a albergue digno, acceso a una vida saludable, acceso al conocimiento y acceso a otros bienes y servicios, evidencian que “León Cortés se puede catalogar como un cantón bastante afectado en términos de hogares que sufren carencias básicas en el nivel nacional” (Municipalidad de León Cortés, 2016c, p.33).

Economía agrícola y turismo rural comunitario

León Cortés es un territorio predominantemente rural, con casi un 60% de la población ubicada en dicho sector productivo. Los caminos municipales revisten particular importancia al posibilitar el acceso a fincas agrícolas y beneficios de café, factor que condiciona en gran medida la economía local. Si bien el cantón ofrece servicios turísticos a pequeña escala como coffee tours, senderismo y pesca de trucha, el ingreso de visitantes se ve afectado por el mal estado de las rutas en lastre. Aunado a lo anterior, en León Cortés la mayor parte del territorio se aprovecha para el cultivo del café, lo que ha ocasionado la tala excesiva de los bosques, y como consecuencia, la disminución del atractivo turístico (Municipalidad de León Cortés, 2016c, p.56).

Índice de Gestión Municipal

El Índice de Gestión Municipal (IGM), conocido popularmente como “ranquin de la Contraloría”, es un documento en que se exponen los resultados de la evaluación realizada por la Contraloría General de la República (CGR) a las 81 corporaciones municipales de Costa Rica, asignándole a cada cantón una calificación del 1 al 100, en que 100 represente el máximo puntaje posible. El IGM comprende la calificación promedio que obtuvo el

gobierno local mediante la evaluación de 61 indicadores distribuidos en cinco ejes a saber: “el desarrollo y la gestión institucional; la planificación, participación ciudadana y rendición de cuentas; la gestión del desarrollo ambiental; la gestión de servicios económicos (gestión vial) y; la gestión de servicios sociales” (Contraloría General de La República, 2017a, párr. 1).

El IGM es, además, un insumo que los jefes municipales pueden analizar y utilizar en la toma de decisiones que permitan brindar servicios de calidad y promover la transparencia en la gestión. Los objetivos del IGM son los siguientes:

Contar con información que le permita a la Contraloría General de la República ejercer sus funciones de fiscalización en el Sector Municipal. Facilitar a las municipalidades instrumentos que les provean insumos que coadyuven en sus procesos de toma de decisiones, evaluación de resultados y rendición de cuentas. Informar a la ciudadanía respecto de la gestión de su gobierno local. Fomentar la transparencia y la rendición de cuentas en el sector municipal. Medir la gestión de los gobiernos locales costarricenses en distintas temáticas relacionadas con su quehacer (Contraloría General de La República, 2017b, párr. 3).

Cabe indicar que recientemente la CGR dio a conocer los resultados del IGM 2016 en que los ayuntamientos costarricenses obtienen una nota promedio de 54,39, y tan solo 12 municipalidades logran una calificación superior a 70 puntos. “El órgano contralor aseguró que el informe registra un retroceso en la nota promedio de las municipalidades en el nivel nacional y muestra que persisten dificultades importantes para brindar servicios públicos, mantenimiento de parques, recolección de basura y estabilidad financiera” (Crhoy.com, 2017, párr. 2).

Como se desprende de los resultados expuestos en el IGM 2016, San Carlos es el cantón con mejor calificación del país con 87,84 de 100 puntos posibles, mientras que la Municipalidad de Turrubares se ubica en el extremo opuesto con una calificación de 26,72. En lo que respecta a León Cortés, el puntaje alcanzado por el gobierno local en esta ocasión

es de 33,54; ubicándose en la posición 78 de los 81 municipios evaluados, es decir; la cuarta calificación más baja en el “ranquin de la Contraloría”, tal y como se evidencia en la siguiente tabla:

ÍNDICE DE GESTIÓN MUNICIPAL 2016								
Posición	Cantón	Calificación	Posición	Cantón	Calificación	Posición	Cantón	Calificación
1	San Carlos	87,84	28	Osa	58,18	55	Garabito	48,51
2	San Rafael	84,36	29	Orotina	57,72	66	Nicoya	48,34
3	Belén	82,78	30	Desamparados	55,72	57	La Cruz	47,57
4	Santa Ana	81,27	31	Montes de Oca	55,6	58	Buenos Aires	47,1
5	Cartago	81,04	32	Sarapiquí	55,16	59	Puriscal	46,53
6	Flores	78,86	33	Jiménez	54,7	60	San Pablo	46,23
7	Heredia	78,75	34	Santa Cruz	54,52	61	Tarrazú	45,96
8	San José	76,64	35	Aserri	54,2	62	Matina	44,69
9	Mora	75,81	36	Palmare	53,92	63	Puntarenas	43,92
10	San Isidro	75,79	37	Abangares	53,68	64	Santa Bárbara	42,3
11	Escazú	73,04	38	Guácimo	53,51	65	Parrita	42,18
12	Esparza	70,75	39	Quepos	53,29	66	Upala	39,96
13	Valverde Vega	68,95	40	Naranjo	53,26	67	Coto Brus	39,82
14	Limón	66,98	41	Poás	53,05	68	Zarce	39,55
15	Alajuela	66,65	42	Turrialba	52,52	69	Talamanca	39,37
16	Currubabat	66,51	43	Barva	52,03	70	Acosta	39,19
17	La Unión	66,45	44	Vásquez de Coronado	52,02	71	Liberia	39,08
18	Goicoechea	66,37	45	Oreamuno	51,92	72	Dota	38,31
19	Tibás	62,62	46	San Ramón	51,79	73	Alvarado	37,75
20	Moravia	61,74	47	Bagaces	51,47	74	Siquirres	37,12
21	Grecia	61,51	48	Santo Domingo	51,2	75	Alajuelita	37,1
22	Paraíso	60,39	49	Hojancha	50,71	76	Nandayure	36,72
23	El Guarco	59,97	50	Tilarán	50,53	77	Guatuso	34,93
24	Cañas	59,87	51	Carrillo	50,33	78	León Cortés	33,54
25	San Mateo	58,84	52	Corredores	50,27	79	Golfito	33,39
26	Pérez Zeledón	58,81	53	Montes de Oro	49,35	80	Los Chiles	28,73
27	Atenas	58,18	54	Pococí	49,15	81	Turrubares	26,72

Tabla 1: León Cortés: Posición del cantón según calificación en IGM 2016.

Nota: Elaboración propia a partir de Crhoy.com, 2017

A la luz de los resultados anteriores, la CGR recomienda a los gobiernos locales asumir con especial atención las áreas con mayor rezago que se muestran en cada resumen institucional, con el fin de actualizar los instrumentos mínimos que debe contar para su gestión. El resumen de resultados del IGM 2016 correspondiente a León Cortés evidencia serias deficiencias en los cinco ejes evaluados por el órgano contralor, siendo que los puntajes más bajos registrados por la corporación municipal los obtuvo en el eje

denominado gestión de servicios sociales con una calificación de 18,25 puntos, seguida por el eje de planificación, participación ciudadana y rendición de cuentas con una nota promedio de 26,66 puntos (Contraloría General de la República, 2017c, párr.1).

Aquí cabe indicar que la iniciativa de la Municipalidad de León Cortés de crear un periódico impreso que permita fortalecer la comunicación organizacional, está acorde con las recomendaciones de la Contraloría, puesto que el quehacer periodístico no solo posibilita modernizar la rendición de cuentas a la ciudadanía y ejercer la transparencia en la gestión del gobierno local, sino que también permite incentivar la participación ciudadana y el compromiso de los pobladores con los proyectos que se realizan en el cantón.

Comunicación en gestión vial participativa

Si bien se considera acertado el esfuerzo que actualmente realiza la Municipalidad de León Cortés por mejorar la comunicación organizacional como proceso en que intervienen activamente todas las personas o grupos involucrados, la falta de una estrategia concreta, dirigida específicamente a los comités de caminos del cantón, limita las posibilidades de éxito en temas de gestión vial participativa.

En razón de lo anterior, el Estudio Situacional Unidad Técnica de Gestión Vial del año 2016, señala que la promoción de la participación ciudadana en los procesos de gestión vial es parte fundamental en el fortalecimiento de dicho departamento municipal. Así, dentro de las medidas propuestas por el gobierno local para lograr ese objetivo se encuentra la creación de un periódico impreso, en que se realice la rendición de cuentas a la ciudadanía y además se informe a la población de León Cortés sobre los diferentes procesos viales que se llevan a cabo en el Cantón (Municipalidad de León Cortés, 2016, p. 12).

Paralelamente, el periódico de la UTGVM se presenta como una estrategia interna para facilitar la labor de la divulgación del gobierno local hacia uno de sus públicos externos que más contribuye a promover la participación ciudadana: la red de comités de

camino de León Cortés. Este grupo social está integrado por ciudadanos provenientes de los seis distritos, que sirven de enlace entre la Municipalidad y los pobladores, en temas de gestión vial participativa. No obstante, la institución carece de un diagnóstico serio sobre la efectividad de las publicaciones realizadas por la institución, y por lo tanto se desconoce si existe ruido en la comunicación entre la UTGVM y los líderes comunales enrolados en la red de comités de caminos del cantón.

Es así que, para efectos de la presente propuesta, se coincide con lo que bien propone Favaro (2008) quien indica que al intervenir en un proceso de comunicación es preciso tener en cuenta aquellos factores que interfieren, distorsionan o decididamente la impiden. En este sentido, el autor distingue cuatro tipos de ruidos: semánticos (producidos por una jerga o lengua especial), físicos (del contexto o medio en el que se realiza la comunicación), fisiológico (dificultades de las personas que intervienen) y psicológicos (prejuicios, intenciones, predisposición, etcétera). En pocas palabras, Favaro llama ruido a cualquier distorsión o interferencia que pueda producirse en la comunicación (p. 21).

Aplicando la definición anterior al proceso de elaboración del manual de identidad de un periódico especializado en gestión vial participativa en León Cortés, se entiende por ruido todo aquello que distorsiona o interfiere en el proceso de comunicación Gobierno Local- Comités de Caminos. Como punto de partida se considera oportuno determinar si en realidad se produce ruido, cuáles son sus principales causas, si el ruido se origina por desconocimiento o conocimiento parcial de tópicos relacionados con gestión vial, o por otras razones que afectan la percepción de los líderes comunales con respecto al esfuerzo de la Municipalidad por mantener a la comunidad informada.

El periódico impreso como propuesta

Para muchos podría resultar incongruente que la Municipalidad de León Cortés busque mejorar la comunicación organizacional mediante la elaboración y distribución de

un periódico en papel, cuando el contexto regional y nacional evidencia las dificultades que afrontan los medios alternativos, e incluso las grandes publicaciones impresas, para retener a sus lectores. Esto se atribuye a una crisis de la prensa escrita en el nivel mundial, que entre otros aspectos está relacionada con factores tecnológicos, sociales y económicos.

Si bien la evolución tecnológica en todo el planeta ha permitido borrar las fronteras entre países, llevando las noticias a casi a cualquier lugar del mundo, actualmente muchos medios de comunicación enfrentan graves problemas económicos debido a su dependencia a los anuncios como fuente de ingresos. En este contexto, los periódicos impresos parecen condenados a desaparecer ante la proliferación de nuevas alternativas digitales que, paradójicamente, tienden a morir rápidamente. Al respecto, Canavilhas (2015), comenta:

En las últimas décadas, los avances tecnológicos han permitido llevar las noticias más lejos, más rápido y a más consumidores. Las limitaciones espaciales y temporales, que siempre han afectado al sector de la información, perdieron su importancia, abriendo una ventana de oportunidades ofrecida por la digitalización y por la masificación de Internet. Sin embargo, el potencial prometido rápidamente se desvaneció: la falta de inversión, el voluntarismo excesivo y la distancia empresas/investigación llevaron a la industria de la comunicación a sucesivos fracasos, con el cierre de miles de medios de comunicación en todo el mundo. Hoy, pocos dudan que el periodismo vive uno de los peores periodos de su historia (p. 357).

Aunque la crisis del negocio periodístico tiene fuertes raíces económicas, algunos autores coinciden al afirmar que la hecatombe de la prensa escrita es además el producto del malestar social, generado por la pérdida de confianza en los periódicos y en el periodismo mismo. Al respecto Córdova y Rodríguez (2014) señalan “Estos factores producen una crisis, plausible en aspectos como la reducción del staff y de los recursos para reportear, menor cobertura de temas científicos y culturales, mayor dependencia de fuentes externas de noticias, y menos jóvenes leyendo periódicos” (p.57).

El factor tecnológico también es decisivo al hablar de la crisis que atraviesa la prensa en todo el mundo. El ecosistema actual, altamente cambiante y competitivo, ha modificado la forma en que los lectores consumen información. La existencia de plataformas virtuales que ofrecen noticias gratuitas para el lector y que además se actualizan en tiempo real, hace innecesario comprar el periódico impreso. Para muchos medios pequeños esto equivale a prescindir de la versión en tinta y papel para reducir costos, tal y como hizo el periódico Los Santos Hoy, que se mantiene vigente sólo en Internet. No obstante, visto como un negocio, el medio digital también depende de la publicidad para sobrevivir, lo cual termina cerrando el círculo vicioso que atraviesa la industria periodística.

En este punto es válido aclarar que la mayor ventaja comparativa de la propuesta periodística de la Municipalidad de León Cortés con respecto a otras publicaciones impresas, es la subvención por parte del Estado. Al distribuirse de forma gratuita para el lector, el periódico de la Unidad Técnica de Gestión Vial se exime de competir por anunciantes ya que no depende de la venta espacios publicitarios para subsistir, sino que más bien cuenta con el respaldo de una programación previa, que asegura la inyección presupuestaria al rubro de divulgación, mismo que le da sostenibilidad económica al proyecto por un periodo de 5 años (Municipalidad de León Cortés, 2016c, p. 100).

Aunado a lo anterior, la propuesta periodística de la UTGVM busca diferenciarse de otras publicaciones impresas mediante la inclusión de contenido a partir del ciudadano, con el fin de promover buenos hábitos de lectura. La iniciativa de generar contenido pensado en lectores especializados que demandan una recepción periodística más pausada, se inspira en una corriente actual denominada Periodismo Lento. Al respecto Rosique-Cedillo y Barranquero-Carretero (2015), explican que el periodismo lento “es aquel que emerge como reacción a la tendencia dominante a la inmediatez y la primicia y que invita a repensar los tiempos necesarios para producir y consumir una información rigurosa, creativa y de calidad” (p. 451).

En la sociedad de hoy, fuertemente influenciada por Internet, las pantallas interactivas y las publicaciones en línea, los diarios de papel deben esforzarse más que nunca antes para llamar la atención. Rosique y Barranquero (2015) señalan que, pese al predominio actual de la cultura rápida y del periodismo automático, en los últimos años han surgido algunas prácticas lentas en diversos lugares del mundo, entre las que destaca la reactivación del periodismo narrativo y de largo formato. De acuerdo con los autores, dichas propuestas comparten además ciertas características en común. Entre ellas, la revaloración de la calidad periodística frente a la cantidad, la promoción de las relaciones de proximidad frente a la universalidad, la apuesta por la reflexión en profundidad contra la inmediatez y la creatividad frente a la tendencia a la estandarización (p. 453).

Además de convertirse en un espacio estratégico para rendir cuentas a la ciudadanía, el periódico impreso de la UTGVM de León Cortés debe plantearse como una plataforma informativa que abra espacios para que los hombres y mujeres que impulsan el mejoramiento de la red vial cantonal desde sus comunidades asuman un perfil más significativo en el ámbito público. En relación con este tema, Miralles (2002), señala:

“Las posibilidades de una sociedad civil crítica y autónoma se han abierto apenas en la historia reciente. Desde la perspectiva del periodismo público se trabaja con el ciudadano tal como es, se le pregunta qué piensa en vez de tomarlo como víctima del poder o de las fuerzas de la naturaleza” (p.25).

Si bien desde la óptica de la Municipalidad de León Cortés, el ciudadano juega un papel protagónico en la conservación vial participativa, por años el gobierno local ha publicado información sin tomar en cuenta los temas de interés de los ciudadanos que trabajan de forma voluntaria en los comités de caminos. Por lo tanto, los esfuerzos de comunicación hacia dichas organizaciones sociales se han realizado de modo unilateral y sin realizar ningún estudio previo sobre las prioridades de información de los verdaderos protagonistas de la gestión vial en las comunidades. En este sentido, la función de la

opinión pública según Miralles (2002) es construir y visibilizar los temas de interés para los ciudadanos, teniendo como reto “autonomizar la agenda ciudadana” (p. 29).

Es necesario recalcar que por tratarse de un medio periodístico especializado en gestión vial participativa, la población meta del periódico está constituida por un grupo de personas adultas, que tienen experiencia, interés y buena disposición para trabajar de forma conjunta con el gobierno local en la búsqueda de soluciones a los problemas viales que afectan su entorno inmediato. Por lo tanto, se trata de hombres y mujeres con altas expectativas y grandes necesidades de información, ya que requieren contar con datos oficiales para responder a las interrogantes de sus propios vecinos. En este punto cabe recordar lo que bien señala Fortunato (2012) con respecto a este tipo de audiencia:

Son aquellos ciudadanos a quienes la comunicación autovalorativa ya no logra conmovier. En este sentido, la brecha que existe entre las expectativas ciudadanas – más sofisticadas y específicas– y los logros de la gestión de gobierno se ensancha cada vez más, forzando a los gobernantes a legitimar sus proyectos e iniciativas y a reafirmar sus respaldos electorales de forma constante, como si estuvieran inmersos en una campaña permanente (p.1).

En síntesis, si bien podría considerarse arriesgado enmarcar la propuesta mediática de la Municipalidad de León Cortés dentro de una determinada tendencia periodística, puesto a fin de cuentas, el medio ha de regirse por su funcionalidad como instrumento institucional, en la elaboración del manual de identidad propuesto en esta investigación. Se valora la influencia del periodismo lento y del periodismo público como formas atractivas de tratar la información, de modo que el periódico pueda resultarle útil al ciudadano con un alto nivel de organización, experiencia e interés, ofreciéndole contenidos de calidad, contextualizados en lo local, que contribuyan en la toma de decisiones cotidianas relacionadas con gestión vial participativa en el cantón.

El periódico en versión digital

Con el avance tecnológico de los últimos años, los medios de comunicación de los gobiernos locales, así como las plataformas de servicio de las municipalidades, han tenido que evolucionar para adaptarse a los nuevos soportes. Internet se ha convertido en la herramienta por excelencia, facilitando el encuentro de los ciudadanos con las instituciones sin tener que desplazarse físicamente, a través de aplicaciones en computadoras, tabletas y teléfonos móviles. Por eso, la falta de una política de comunicación organizacional claramente definida, no ha sido obstáculo para que la Municipalidad de León Cortés se comunique con sus públicos externos, constantemente, aprovechando la facilidad de interactuar con los pobladores mediante las redes sociales, valiéndose principalmente de la plataforma institucional del gobierno local en Facebook.

Pese a todos los cambios que supone la modernización de las empresas para adaptarse a las nuevas formas de interactuar y comunicarse mediante plataformas virtuales, en el fondo la comunicación organizacional mantiene su esencia. Al respecto Túñez (2012) expone lo siguiente:

Todo se está transformando a una velocidad vertiginosa de la que muchas veces no somos conscientes porque vivimos cada instante de ese cambio. Pero la esencia de la comunicación organizacional sigue siendo la misma: transmitir una identidad y empatizar para generar la reacción deseada (p.9).

En este contexto y tomando en cuenta que el presupuesto municipal no alcanza para hacer llegar un ejemplar del periódico municipal en formato impreso a cada ciudadano de León Cortés, la UTGVM plantea como medida complementaria la elaboración de la versión digital del medio periodístico especializado en gestión vial. Se espera que dicha plataforma se utilice como herramienta de retroalimentación, para ampliar información, recibir comentarios y aclarar dudas, provenientes tanto de los comités de caminos, como del público en general (Municipalidad de León Cortés, 2016b, p.12).

No obstante, cabe aclarar que la plataforma virtual del periódico municipal escapa a los alcances del presente proyecto de investigación, al igual que su respectivo manual de estilo digital, por lo que la responsabilidad de su planteamiento y ejecución recae en los hombros de los funcionarios municipales, quienes a final de cuentas serán los encargados de darle seguimiento a la meta formulada por la Municipalidad para el fortalecimiento de las capacidades de la UTGVM.

La percepción en la comunicación

La percepción es importante en la comunicación organizacional puesto que sirve para determinar la imagen de la organización. De acuerdo con Túñez (2012) “organizaciones y públicos mantienen relaciones bidireccionales en las que la identidad (lo que la organización transmite) y la imagen (lo que perciben los públicos) se influyen mutuamente” (p.32).

La percepción es un proceso que se realiza de forma individual, como una experiencia única y personal, pero que para los fines de la presente investigación es conveniente analizar de forma colectiva, dada la relación que existe entre percepción y comunicación. Así lo explica U-Cursos (2010):

La percepción y la comunicación forman un sistema. La segunda depende de la primera y esta, a su vez, de tipos de antecedentes: los internos (aprendizajes, creencias, acciones-reacciones) y los externos o ambientales (educación, hábitos de lectura, aficiones, etc.). Ambos dictan nuestro conjunto perceptivo, ellos no nos dejan ser objetivos (p.1).

Martínez-Salanova (1998) explica la percepción como un proceso mediante el cual un individuo adquiere una sensación interior que resulta de una impresión material hecha en los sentidos. Así los ojos, los oídos, las terminaciones nerviosas de la piel y otros

órganos actúan como recolectores de la información para el sistema nervioso; que a su vez la convierte en impulsos eléctricos transmitidos al cerebro donde se producen cadenas de reacciones eléctricas y químicas, dando lugar a la conciencia interna de un objeto o de un suceso (párr. 16).

Esta información es importante para el presente proyecto puesto que la percepción de quienes conforman la muestra de investigación constituye una variable cualitativa que se espera ayude a conocer la opinión de dichos líderes comunales con respecto a la labor de divulgación en temas de gestión vial que realiza la Municipalidad de León Cortés.

Componentes del manual de identidad

Para efectos de la presente investigación, el manual de identidad es un documento que abarca cuatro aspectos interrelacionados del perfil de un medio periodístico, que se complementan y le dan unidad al producto impreso. Estos aspectos comprenden: identidad cultural, identidad visual, identidad verbal e identidad de producto. En relación a este tópico, Moreno Cañuelo (2013), señala varios pasos para construir la identidad de una marca o empresa, de los cuales se rescatan los siguientes:

1. Identidad cultural: Definir la cultura que rodea a la organización, es decir, los valores, experiencias, creencias, emociones con los que el consumidor se puede identificar para generar una respuesta o un cambio de conducta hacia la marca/empresa. Las fórmulas para implicar al consumidor pueden ir desde crear productos interactivos, personalizar el producto hasta fórmulas que estimulen sus cinco sentidos. **2. Identidad verbal:** Definir el nombre de la empresa y de sus productos para identificar verbalmente a la marca. **3. Identidad visual:** Definir el símbolo que identifica visualmente a la empresa, como el logotipo. **4. Identidad objetual:** Definir una unidad de estilo y diseño para todos los productos que sean reconocibles al tacto. Como la forma de una lata de Coca-Cola o la peculiaridad de un coche Smart. (párr. 10-13).

Por otra parte, en lo que respecta a los manuales de estilo, Rojas (2014), señala:

Los libros de estilo periodísticos se han erigido como las verdaderas guías de uso del idioma y, por tanto, en referencia obligada para su estudio al recoger y difundir las últimas novedades que en él se producen. No obstante, se trata de algo más que herramientas de índole lingüística. Pese a tener como objetivo prioritario preservar y fomentar un uso correcto del idioma, también incluyen aquellos aspectos éticos y deontológicos esenciales e inherentes a la profesión, así como pautas de redacción dirigidas a presentar de una manera coherente, correcta y atractiva las informaciones a los ciudadanos (párr. 3)

De acuerdo con Rojas (2014), en Costa Rica se tiene como referente el Manual de Buen Periodismo del periódico La Nación, que es un instrumento interno destinado a uniformar criterios de redactores y colaboradores del diario, en el que si bien se recogen pautas sobre el buen uso de la sintaxis, el léxico y las estructuras de redacción, también se enfoca en el ámbito profesional, legal y ético de la actividad periodística, con el propósito de exponer el tipo de labor que quiere y debe desarrollar dicho medio de comunicación (párr. 2).

Resulta oportuno aclarar que si bien es común que algunos medios de comunicación denominen manual de estilo al documento que no solo abarca cuestiones relativas a la escritura y el lenguaje, sino que también comprende la esencia del medio mismo, así como sus principales rasgos de forma y fondo, para los fines del presente proyecto de investigación se utiliza una identificación más global para este tipo de libro, bajo el esquema del manual de identidad que se muestra en el Apéndice S del presente proyecto de investigación.

Ahora bien, al hablar de la identidad del futuro medio informativo de la UTGVM de León Cortés, se debe tomar en cuenta que si bien los periódicos impresos son vistos como

portadores de noticias viejas, estos siguen circulando en las calles, porque existe un público que, ya sea por costumbre o por gusto, sigue apostando por el papel y la tinta. Así lo señala Morghen (2015), mismo que se enfoca en la estrategia de renovación que han adoptado algunos medios impresos para mantenerse vigentes, logrando convertir la prensa escrita en una plataforma más potente gráficamente, más digeribles y de fácil lectura, sin perjudicar la información. Tomando por ejemplo el periódico español El Mundo:

La renovación del diario va de la mano de las renovaciones en la sociedad. Los gráficos, las imágenes y sobretodo la fotografía son los elementos actuales que atraen los ojos de los lectores. Dentro de la renovación, se tomó como punto de importancia el aumento de tamaño de la información gráfica. También el posicionamiento en la hoja de la misma. La fotografía cobra tanta importancia que a menudo configura la maquetación de la página (Morghen, 2015, párr. 6)

Otro cambio visual importante, según Morghen (2015) es el surgimiento de un nuevo elemento para acompañar las notas de gran extensión. Se trata de la aparición de apartados de pocos caracteres que cuentan la noticia relacionada en una síntesis o resumen, con el fin de satisfacer la necesidad del lector actual que recorre las páginas de los diarios de manera rápida y sin mucho detalle. No obstante, hasta aquí cabe preguntarse si esta forma de presentar la noticia haciendo énfasis en lo visual podría resultar atractiva para los pobladores de León Cortés, lo cual se debe responder preguntándole directamente a los lectores potenciales del medio periodístico impreso propuesto por la Unidad Técnica de Gestión Vial Municipal (Municipalidad de León Cortés, 2016c, p.72).

Por todo lo anterior, al definir la identidad de un periódico impreso especializado en gestión vial participativa, se deben valorar aspectos tanto de forma como de fondo que podrían determinar la lecturabilidad y legibilidad del medio periodístico. La lecturabilidad (también llamada la comprensibilidad) es un término que relaciona aspectos de imagen, icónicos, gramaticales, sintácticos, entre otros que sirven de

herramienta para asimilar los contenidos. Martínez (2005), se refiere a la lecturabilidad como:

“La facilidad de comprensión e interpretación de un texto relacionada con el estilo y el argumento (es decir, con el fondo del mensaje). Afecta, pues, a factores personales de índole espiritual (nivel cultural e intelectual, personalidad, actitud, etcétera) y está en función de las características estructurales y de contenido del texto: interés humano, dificultad, diversidad, densidad, longitud de las frases, elección de las palabras, etcétera (p.45).

Paralelamente, un texto puede entenderse desde el punto de vista de la forma, es decir, de la claridad con que está escrito. A esta cualidad del texto Martínez (2005) le denomina legibilidad. De acuerdo con el citado autor, la legibilidad se juzga por las características externas de la publicación: clase de papel, tinta de impresión, tamaño, tipo y cuerpo de letra, longitud de la línea, espaciado entre líneas, tamaño de las ilustraciones, entre otros rasgos de la publicación que sirven de herramienta para asimilar contenidos con mayor facilidad (p.45).

Un vistazo a la Municipalidad de León Cortés

La imagen corporativa “es la suma total de todas las formas de expresión que una empresa utiliza para ofrecer una perspectiva de su naturaleza (comportamiento, comunicación y simbolismo) y cómo esos inputs se integran en la mente de sus públicos” (Rojas, 2017).

A lo largo de su historia, la Municipalidad de León Cortés ha llevado a cabo diversos actos que se constituyen como mensajes, aún sin que la institución así lo considere, lo cual a su vez repercute y condiciona el accionar de los ciudadanos. De acuerdo con Favaro (2008), el receptor de estos mensajes opera una síntesis de diversas percepciones, situaciones, influencias, experiencias y vivencias, las cuales le generan una

imagen. “Esta imagen marca en él un rastro, una huella, que a modo de estereotipo, determinará las opiniones, decisiones y, en general, cualquier acto con respecto a esa empresa” (p. 30).

Con respecto a la imagen empresarial de la que se habla, cabe mencionar que la Municipalidad de León Cortés carece de una estrategia concreta de comunicación organizacional, tanto interna como externa, lo cual incide negativamente en la imagen o representación mental de los pobladores sobre los atributos y valores de la entidad. De ahí que exista una justificada preocupación por mejorar la imagen asociada al cumplimiento de las expectativas que la institución genera. En relación con este tema Túnéz (2012) señala:

La necesidad de individualizarse en entornos saturados de propuestas y con facilidades de difusión ilimitadas a través de Internet ha generado unas dinámicas organizacionales basadas en la transparencia de decir lo que somos, lo que hacemos y cómo lo hacemos, pero añadiendo también lo que esas actuaciones representan para los individuos. Esa actitud de gestión abierta y participativa debería tener como respuesta un incremento de los niveles de satisfacción del público y una mejor evaluación de la honestidad de la organización que ajusta lo que promete hacer a lo que realmente puede hacer (p.32).

Es por lo anteriormente expuesto que la presente investigación pretende coadyuvar en el esfuerzo que realiza el gobierno local por mejorar la imagen corporativa de la Municipalidad de León Cortés, mediante la elaboración de un manual de identidad de un medio periodístico impreso que valore la percepción ciudadana sobre la comunicación institucional en temas de gestión vial.

Identidad cultural

La Municipalidad de León Cortés es una persona jurídica estatal, con patrimonio propio y personalidad y capacidad jurídica plena para ejecutar todo tipo de actos y contratos necesarios para cumplir sus fines, según establece el Artículo 2 del Código Municipal. En este contexto, el marco filosófico institucional descrito en el Plan Estratégico Municipal del cantón de León Cortés (MDEPLAN, 2009), define la misión y visión de la Municipalidad de León Cortés del siguiente modo:

Misión: Somos una institución que pretende fortalecer el régimen Municipal, preservando los valores que caracterizan a sus habitantes, respetando los recursos naturales, impulsando el desarrollo económico local, administrando eficientemente los recursos que se obtienen para proporcionarle servicios de calidad a los pobladores del cantón de León Cortés, con el fin de emprender esfuerzos conjuntos por alcanzar una mejor calidad de vida.

Visión: Somos una institución en proceso de desarrollo, que persigue el mejoramiento administrativo, técnico y operativo de la institución para brindarle a los habitantes del cantón de León Cortés servicios acordes a sus necesidades con gran sentido del presente y una fuerte visión del futuro, que contribuyan con el desarrollo sostenible del país, velando por la protección del medio ambiente, el impulso a los proyectos agroindustriales, productivos y artesanales de pequeñas y medianas empresas locales, así como por el equipamiento de una infraestructura acorde a las necesidades del cantón para garantizar una mejor calidad de vida para las futuras generaciones (p. 14).

Si bien la misión y la visión son elementos fundamentales de la cultura institucional de la Municipalidad de León Cortés, dichos términos no están presentes de forma explícita en las publicaciones oficiales de la institución. Es por ello que en la creación del manual de identidad del periódico impreso requerido por la UTGVM, se debe prestar especial atención a la identidad corporativa, que de acuerdo con Túnuez (2012) es el carácter o personalidad

de la organización, que incluye “cómo se comporta, cómo se relaciona, cómo y qué comunica, los símbolos que usa y los rasgos que la diferencian de otras organizaciones” (p.34).

Aquí cabe agregar que, como parte del diagnóstico realizado por Iris Fonseca Valverde, Pablo Segura Navarro e Irving Vega Baltodano (2017), se aplicó una encuesta a 30 vecinos de León Cortés, misma que consta de dos preguntas de respuesta abierta: ¿Qué valores considera que caracterizan a los habitantes del cantón? y ¿Qué características tiene el cantón que le hacen diferenciarse de otros territorios del país? Las respuestas fueron diversas, sin embargo, se rescataron aquellas congruentes o similares, destacándose como valores de los habitantes las palabras: optimistas, honestos, apasionados y bendecidos. En cuanto a las características de León Cortés los encuestados mencionaron su paz y tranquilidad, sus fuentes de agua, su riqueza natural, su abundancia en tierras fértiles, su producción cafetalera y su prosperidad productiva (p.9).

En razón de lo anterior, el presente proyecto de investigación se propone trabajar la identidad del periódico de la UTGVM de modo tal que permita armonizar la identidad corporativa de la Municipalidad, sin competir por la atención de sus públicos internos y eternos, sino más bien tratando de unificar criterios y guardar concordancia con el marco filosófico previamente definido por el gobierno local, así como con la imagen que los pobladores de León Cortés tienen sobre sí mismos y sobre las características del cantón que lo diferencian de otros territorios costarricenses.

Identidad visual

La identidad visual está en el corazón de las estrategias de comunicación. Se define como el conjunto de signos gráficos (colores, formas, palabras) que simbolizan la empresa. Así lo indica Kaltner (2013) en que además señala cuatro cualidades básicas de la identidad visual: la sencillez y claridad: la identidad visual debe ser identificable (y memorizable) en un segundo. La representatividad: se remite de manera explícita a su sector de actividad. La

coherencia: la identidad visual será la misma sobre todos los medios de difusión utilizados. La diferencia: es única y debe permitir distinguirse de otros competidores del mercado (par. 3).

Por su parte, Túñez (2012) define la identidad visual como “el resultado de un discurso provocado, denotativo y connotativo, en el que confluyen lo que la organización dice y lo que quiere que se diga de ella. Es la creatividad, a través del diseño, como referencia comunicativa” (p. 34).

La Municipalidad de León Cortés carece de una identidad visual gráfica que resulte uniforme, atractiva, moderna y acorde con los rasgos característicos del cantón. Así lo determinan Fonseca et al. (2017), quienes partieron de un diagnóstico de imagen corporativa para luego desarrollar una estrategia acorde con las mayores necesidades identificadas en el entorno organizacional de la institución. Al respecto los autores señalan:

La Municipalidad de León Cortés trabaja en su identidad institucional de manera empírica, sin que haya logrado definir su esencia, de forma exitosa. Así, el uso de colores, tipografía, señalética, uniformes, papelería, publicaciones digitales e impresas, entre otros elementos que conforman su identidad visual gráfica, se manejan a gusto de cada funcionario, sin que exista un criterio orientador que defina las líneas a seguir para proyectar una imagen corporativa única, que favorezca a la Municipalidad como gobierno local (p.3).

Como parte del diagnóstico realizado por Fonseca et al. (2017), se identificó una serie de carencias básicas de la identidad visual de la Municipalidad de León Cortés, entre las que se destaca la falta de un lema o frase oficial atractiva, y fácil de recordar, que por lo tanto sirva para identificar al cantón. Además, los autores señalan que si bien verde y amarillo son los colores de la bandera de León Cortés, se desconoce el significado de dichos colores, ya que no se encuentra a mano referencias bibliográficas que expliquen el por qué de la elección, lo cual pone en evidencia la falta de un patrón de color previamente

establecido para identificar las publicaciones del gobierno local. Esto hace que se dificulte establecer un referente de color que distinga al ayuntamiento (p.11).

Es así que, buscando promover el sentimiento de orgullo y pertenencia por el cantón, Fonseca et al., desarrollan una propuesta de marca para la Municipalidad de León Cortés, misma que actualmente se encuentra en estudio por parte del gobierno local con el fin de validar la pertinencia o no de ser utilizada como parte de la identidad gráfica del ayuntamiento. Dicha propuesta incluye una lista de colores representativos del cantón, los cuales fueron definidos a partir de la gama presente en la bandera y el escudo, de acuerdo con los significados atribuidos por pobladores del cantón mediante un sondeo realizado como parte del estudio. De esta forma, se propone una lista de colores por utilizar y su significado:

Blanco: La paz y tranquilidad con la que viven los habitantes. Amarillo: El optimismo con el que los ciudadanos enfrentan su día a día. Verde: La Abundante naturaleza que impera en la zona. Celeste: La abundante agua que brota de las montañas. Azul: La honestidad que caracteriza a los pobladores. Verde: La abundante naturaleza que impera en la zona. Rojo: La pasión con la que las personas realizan las cosas y el color del café maduro, planta abundante en la región. Café: La riqueza y abundancia de sus tierras (Fonseca et al., 2017, p.18).

Finalmente, se definió como eslogan oficial la frase “León Cortés: Tierra próspera y bendita”, pues sus pobladores consideran, según el muestreo realizado, que el cantón es muy próspero en cuanto a producción de café y otros productos, y al turismo rural gracias a su abundante naturaleza. Además de ser bendita, por estar inmersa entre hermosos parajes, por poseer abundantes fuentes de agua, por su gran riqueza en flora y fauna, por la calidez y sencillez de sus habitantes, y, por supuesto, estar dentro de la llamada Zona de los Santos (Fonseca et al., 2017, p.21).

Por otra parte, cabe destacar que si bien la falta de una identidad visual claramente definida en el ámbito organizacional de la Municipalidad de León Cortés puede

considerarse una debilidad, en gran medida esa carencia también representa una enorme oportunidad para innovar. De acuerdo con Túnñez (2012) decidir la identidad visual “es un proceso riguroso que parte del necesario conocimiento a fondo de la organización, su contexto y sus conexiones históricas, y las relaciones que mantiene (o quiere mantener) (p. 35)

Es así que en términos del presente proyecto de investigación la falta de claridad en la identidad visual de la Municipalidad de León Cortés se visualiza como una puerta abierta para proponer y generar ideas concretas que, una vez plasmadas en el manual de identidad del medio periodístico impreso requerido por la institución, crean una base escrita que podría servir al gobierno local como precedente en la definición de una identidad visual que sea única, propia y representativa del cantón.

Identidad verbal

En León Cortés, la comunicación es una pieza clave en el rompecabezas de la conservación vial participativa. Esto por cuanto la Municipalidad se comunica constantemente con los ciudadanos que lideran la gestión vial desde lo local, constituyéndose en formadores de opinión y a la vez en portadores de información valiosa como representantes de los intereses comunales. No obstante, es necesario señalar que si bien la gestión vial participativa debería ser un elemento clave de la identidad verbal de la institución, dicho término no forma parte del lenguaje utilizado en las publicaciones oficiales de la Unidad Técnica de Gestión Vial.

El dato anterior reviste particular importancia si se valora que existe una relación estrecha entre lingüística y comunicación. Al respecto, Bustos, Correal, Cuevas y Panqueva (2008), señalan que “el lenguaje funciona como instrumento de mediación que permite brindar cohesión a una comunidad corporativa, regida por valores, principios y comportamientos particulares a cada organización” (p.149).

Así, para efectos del presente proyecto de investigación, la definición de la identidad verbal del periódico requerido por la Municipalidad de León Cortés se enfocará en brindar algunos lineamientos generales que ayuden a discernir cuál es el lenguaje recomendado, así como el estilo de redacción que más se ajusta al esfuerzo por dotar al periódico de unidad e identidad propia.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

El éxito o el fracaso de un medio periodístico depende en mucho del conocimiento previo de su audiencia. En este sentido, el presente proyecto de investigación lleva implícito el propósito de conocer lo más profundamente posible a los hombres y mujeres que han sido nombrados como representantes de la comunidad, en el ámbito específico de la gestión vial participativa. Es por ello que como punto de partida en la elaboración del manual de identidad del medio periodístico, se considera indispensable valorar las necesidades de información de sus lectores potenciales. Estos son, a saber, los pobladores del cantón que al formar parte activa de los comités de caminos, se convierten en gestores del desarrollo local, protagonizando valiosas historias de esfuerzo y perseverancia.

Enfoque

El enfoque de la presente investigación es cualitativo, pues se nutre de la recolección y análisis de datos como mecanismo para depurar la pregunta de investigación. Sobre el tema, Hernández, Fernández y Baptista (2014) en su publicación titulada Metodología de la Investigación, exponen lo siguiente:

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. Es naturalista (porque estudia los fenómenos y seres vivos en sus contextos o ambientes naturales y en su cotidianidad) e interpretativo (pues intenta encontrar sentido a los fenómenos en función de los significados que las personas les otorgan) (p.9).

Es así que, bajo la lupa del enfoque cualitativo, se busca conocer aspectos más bien subjetivos sobre los participantes en el estudio; es decir, los pobladores de León Cortés que forman parte de los comités de caminos del cantón. Entre otros aspectos, se pretende

recabar datos que ayuden a medir la percepción de dichos comités de caminos, sus puntos de vista, emociones, prioridades, experiencias y significados en relación con la gestión de información por parte de la Municipalidad en temas viales.

Diseño/ método

De acuerdo con Hernández et al. (2014) el diseño “se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de resolver el planteamiento del problema” (p.128).

Dado que este proyecto de investigación es de tipo cualitativo, enmarcado bajo la modalidad investigación-acción-participante, se considera primordial potenciar el contacto de la investigadora con la realidad, mediante la obtención de datos primarios directamente de la población de interés. Con respecto a la realidad por estudiar en este tipo de investigación, Hernández et al. (2014), explican lo siguiente:

Existen varias realidades subjetivas construidas en la investigación, las cuales varían en su forma y contenido entre individuos, grupos y culturas. Por ello, el investigador cualitativo parte de la premisa de que el mundo social es “relativo” y solo puede ser entendido desde el punto de vista de los actores estudiados (p.10).

Aunado a lo anterior, cabe agregar que de acuerdo con Hernández et al. (2014), el diseño de la investigación en el enfoque cualitativo es: “Abierto, flexible, construido durante el trabajo de campo o realización del estudio” (p.11).

Metodológicamente, este proyecto se centra en el estudio de Martí (2012), en que se sugiere una serie de acciones requeridas para la ejecución exitosa de una IAP, cada una de las cuales se lleva a cabo a lo largo de un proceso estructurado en tres etapas a saber: diagnóstico, programación y conclusiones (p. 2). Sin embargo, cabe aclarar que de las

acciones propuestas por el autor, en este apartado se valoran solamente aquellas que se consideren pertinentes para el proyecto en estudio, mismas que se detallan en los siguientes párrafos.

Etapa de diagnóstico

De acuerdo con Martí (2012), la etapa de diagnóstico busca el conocimiento contextual del territorio y el acercamiento a la problemática a partir de la documentación existente y de la información que se recabe mediante trabajo de campo (p. 2). En el presente proyecto, la investigadora se acerca a la Municipalidad de León Cortés, a su población y a su red vial, con el fin de realizar la revisión documental y del entorno que permite poner en contexto la propuesta de manual de identidad para el periódico especializado en gestión vial que requiere la institución. Vale mencionar que para los fines del presente proyecto, el producto de la etapa de diagnóstico se plasma en el capítulo II o marco de referencia.

Etapa de programación

La etapa de programación es un proceso de apertura a todos los conocimientos y puntos de vista existentes (Martí, 2012, p. 2). Para ello se utilizan métodos cualitativos y participativos, como la aplicación de cuestionarios y la realización de un taller participativo con presencia de líderes comunales. En el caso específico de la presente investigación, una vez realizado el diagnóstico situacional, se elaboran, validan y aplican las herramientas de recolección de datos primarios, mediante la selección de una muestra de participantes. Es así que se generan nuevos conocimientos y se valoran los puntos de vista de los hombres y mujeres que protagonizan la gestión vial en León Cortés. Las herramientas utilizadas en esta etapa se muestran en el Apéndice B y en el Apéndice C del presente documento.

Etapa de conclusiones

Superadas las etapas de diagnóstico y programación, se reordena y sistematiza toda la información recopilada mediante la investigación documental, el trabajo de campo y la recolección de datos primarios. Es aquí que finalmente tiene lugar la etapa de conclusiones que de acuerdo con Martí (2012), es la fase en que se realiza la negociación y elaboración de propuestas concretas mediante el informe final (p. 2). De este modo, mediante la investigación-acción-participante, se recaba la materia prima que sirve de base para perfilar el manual de identidad de una propuesta periodística especializada en gestión vial. Cabe destacar que para fines del presente proyecto, el producto de esta etapa se muestra en el capítulo IV: Análisis de resultados.

Investigación-acción-participante

El presente estudio se enmarca dentro de la modalidad denominada investigación-acción-participante (IAP), y se enfoca en los líderes de opinión de León Cortés, involucrados en los comités de caminos de cada distrito, con el fin de minimizar las interferencias de todo tipo y mejorar la comunicación entre el gobierno local y la comunidad. En esta línea de pensamiento cabe utilizar la expresión “ponerse en los zapatos de otro”, que según Favaro (2008) es precisamente la empatía, es decir, el esfuerzo realizado para reconocer y comprender los sentimientos y actitudes de las personas, así como las circunstancias que los afectan en un momento determinado (p. 37).

Cabe indicar además que la presente investigación es exploratoria, puesto que aborda un tema poco tratado en Costa Rica y no existe en el país ninguna tesis, ni artículo académico o profesional, que verse sobre la elaboración de un periódico impreso sobre gestión vial participativa, diseñado para mejorar la comunicación organizacional de la Municipalidad de León Cortés y que además incluya un manual de identidad del medio periodístico como producto.

Aunado a lo anterior, la investigación es de tipo exploratoria por su especificidad y por su enfoque en un lugar y un contexto específico. Si bien en algunos ayuntamientos del país han surgido propuestas de periódicos y boletines informativos municipales, no se encuentra disponible ningún tipo de documentación o referencia bibliográfica sobre el proceso de creación del medio, ni mucho menos sobre los elementos que justifican su identidad cultural, visual, verbal y de producto.

Muestra de la investigación

La muestra es un subgrupo de la población o universo, del cual se recolectan los datos (Hernández et al., 2014, p.173).

En León Cortés, los comités de caminos se perfilan como los mayores conocedores de la red vial en el nivel comunal y por lo tanto su empoderamiento se considera un factor fundamental en el proceso de comunicación de la Municipalidad hacia la comunidad. Hoy, dicho grupo social está conformada por 500 personas aproximadamente, la mayoría de las cuales son hombres que se desempeñan en labores relacionadas con la agricultura, mientras que las mujeres que participan en este tipo de organización comunal -salvo contadas excepciones- son amas de casa (Municipalidad de León Cortés, 2017c, p41).

Puesto que el enfoque del presente estudio es de tipo cualitativo, no se pretende abarcar a la totalidad de comités de caminos que conforman el universo del proyecto, sino que más bien se plantea involucrar a una muestra de dicho grupo social. La elección de los participantes en la muestra se realiza por conveniencia, sin ningún método estadístico, por lo que no se pretende generalizar los resultados del estudio a toda la población, sino que más bien se busca analizar a profundidad los resultados obtenidos para encontrar puntos en común sobre temas específicos relacionados con comunicación, gestión vial y hábitos de lectura, entre otros. Sobre la selección de la muestra, Martí (2012) señala:

Se trata de cubrir el abanico más amplio posible de opiniones y puntos de vista. Si las asociaciones e instituciones presentes en la comunidad son pocas, se puede entrevistar a todas. Si no es posible, conviene realizar una muestra teórica en la que queden representados los diferentes posicionamientos. No se trata de que esta muestra teórica sea estadísticamente representativa de nada, sino que realmente dé cuenta de los distintos intereses y discursos que puedan estar en juego entorno a una problemática determinada (p. 10).

Cabe mencionar que aquí se toma en cuenta únicamente a los grupos sociales que representan a la comunidad en temas de gestión vial, conformándose en comités de caminos con equidad de género y reconocidos como tales por la Municipalidad. En este sentido, la selección de los participantes en la muestra se realiza a partir de la base de datos de los comités de caminos del cantón, misma que se encuentra disponible en la Unidad Técnica de Gestión Vial. Dicho documento de uso discrecional, se visualiza como una lista de contactos, con nombres y números telefónicos de las personas que integran las juntas directivas de los comités de caminos activos en los seis distritos.

En primera instancia, se propone trabajar con una muestra de 50 personas en total, todas ellas elegidos por conveniencia, tratando de conservar la paridad de género y equilibrar la participación por distrito. El propósito de la muestra es aplicar a cada persona el mismo instrumento de recolección de datos, para facilitar el análisis del conocimiento que se genere a partir de dicho proceso. Posteriormente, se trabaja en dos talleres participativos con una muestra de 12 personas en total, derivada de la anterior, tratando nuevamente de equilibrar la participación según género y distrito de procedencia.

Unidades de análisis

De acuerdo con Hernández et al. (2014), es importante valorar que la investigación cualitativa se realiza primordialmente en los ambientes naturales de los participantes o unidades de análisis (p. 362). En el caso de la presente investigación, la unidad básica de

análisis a la persona, hombre o mujer, que forma parte de la junta directiva de alguno de los 100 comités de caminos que se encuentran activos y debidamente inscritos ante la Municipalidad o bien ante la asociación de desarrollo correspondiente.

Para los fines del presente estudio, las variables se formulan como aspectos o atributos que son objeto de búsqueda con respecto a la unidad de análisis, de modo que los instrumentos de investigación incluyan los tópicos que se requiere abordar para recopilar los datos requeridos. Es así que mediante el abordaje de la población en estudio se exploran a profundidad tres variables a saber: 1. Percepción sobre la comunicación actual, 2. Temas viales de interés y 3. Mensaje (forma y fondo). Cada una de esas variables responde a un objetivo específico y utiliza un instrumento en particular, tal y como se muestra en la siguiente tabla:

Objetivo general: Proponer un manual de identidad de un medio periodístico impreso sobre gestión vial participativa en León Cortés, durante el periodo septiembre-noviembre del 2017		
Objetivos específicos	Variable	Instrumento
Registrar la percepción que tienen los integrantes de comités de caminos de León Cortés sobre la comunicación en temas de gestión vial participativa que realiza la Municipalidad.	Percepción de la comunicación actual	Cuestionario
Definir los temas relacionados con gestión vial participativa que son de mayor interés para los comités de caminos de León Cortés.	Temas viales de interés	Cuestionario
Determinar los rasgos de estructura, formato y lenguaje que resultan más atractivos para el público objetivo.	Mensaje (forma y fondo)	Taller participativo

Tabla 2. Variables de la investigación por objetivo e instrumento

Valga aclarar que los dos últimos objetivos específicos del presente proyecto de investigación, referentes a la propuesta del manual de identidad para el nuevo medio de comunicación, así como al plan de implementación correspondiente, no se incluyen en la tabla de variables puesto que para su elaboración no se acude directamente a la unidad de análisis mediante un instrumento en particular. Dichos objetivos deben responder más bien

a los insumos recabados mediante la exploración bibliográfica previa, así como los resultados de la aplicación de los instrumentos de investigación que se exponen y analizan en el capítulo IV.

Es importante aclarar además que a lo largo del proceso de búsqueda, recolección y análisis de información del presente proyecto, pero sobre todo en lo que respecta a los objetivos en cuestión, la posición personal de la investigadora es en muchas ocasiones explícita y determinante. Esto se justifica por tratarse de una investigación de tipo cualitativo, en que “El investigador reconoce sus propios valores y creencias, incluso son fuentes de datos parte del estudio” (Hernández et al., 2014, p.11).

Definición de las variables

A continuación se define cada una de las variables utilizadas en el presente proyecto de investigación, explicando brevemente su importancia y pertinencia, así como la pregunta a la que se busca dar respuesta mediante su aplicación, entre otros detalles.

Percepción sobre la comunicación actual

La percepción sobre la comunicación actual es una variable que busca registrar el impacto en los comités de caminos de los diferentes esfuerzos que realiza la Municipalidad por dar a conocer su labor en temas de gestión vial. Por lo tanto, esta variable busca dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Cuál es la percepción de integrantes de los comités de caminos de León Cortés sobre la comunicación en gestión vial que realiza la Municipalidad? Para responder a esta interrogante se busca aplicar un cuestionario como herramienta de investigación, incluyendo los tópicos que se considere necesario abordar para determinar si existe ruido en la comunicación y cuáles son los factores que afectan la percepción de los comités de caminos, tanto de forma negativa como positiva.

Temas viales de interés

La segunda variable por tomar en cuenta está dada por los temas viales de interés para los lectores potenciales de la propuesta mediática de la Municipalidad de León Cortés. En este sentido, se busca definir los tópicos relacionados con gestión vial que resultan más interesantes para aquellos pobladores del cantón que actualmente están involucrados en los comités de caminos locales. Dicha información se considera de gran utilidad para puntualizar los posibles contenidos y secciones del periódico, mediante la aplicación del cuestionario como herramienta de investigación, se busca dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Qué temas relacionados con gestión vial participativa pueden intervenir en el medio de comunicación?

Mensaje (forma y fondo)

El resultado esperado del proceso de consulta a líderes comunales del cantón, es una serie de rasgos de estilo y argumento del nuevo medio periodístico que facilitan la comprensión e interpretación del mensaje por parte del público objetivo. Por lo tanto, la variable denominada mensaje (forma y fondo) busca definir los elementos de estructura, formato y lenguaje que resultan más atractivos para los lectores potenciales, así como aquellos que se deben evitar con el fin de maximizar las probabilidades de éxito en el proceso de comunicación entre la Unidad Técnica de Gestión Vial Municipal y los comités de caminos del cantón.

Esta variable se relaciona con la siguiente interrogante: ¿Cuál es la estructura adecuada en cuanto a formato y lenguaje para la propuesta mediática municipal? Por eso, con el fin de brindar una respuesta basada en el criterio de los líderes comunales que forman parte del estudio, se propone implementar el taller participativo como instrumento especialmente diseñado para dicha población, con el fin de definir los gustos y preferencias de los participantes con respecto a aspectos relacionados con el color, la imagen, el texto, los títulos, el uso del lenguaje y las características de forma y fondo que podría tener el

medio periodístico impreso de la UTGVM para que su contenido resulte útil, interesante y atractivo para sus lectores potenciales.

Instrumentos

En este punto se considera necesario diferenciar dos momentos fundamentales de la investigación en que se aborda a líderes comunales enrolados en la Red de Comités de Caminos de León Cortés con el objetivo de recopilar datos primarios, puesto que a cada uno de esos momentos corresponde un instrumento diferente: primero se aplica el cuestionario individual, luego el taller participativo. Cada uno de esos instrumentos se explica en detalle en este apartado.

Cuestionario

En primer lugar, se recurre a los hombres y mujeres que forman parte de algún comité de caminos del cantón para registrar su percepción personal sobre la comunicación en gestión vial que realiza la Municipalidad, al tiempo que se les cuestiona sobre los temas relacionados con gestión vial participativa que les resulta de mayor interés o utilidad. El instrumento por utilizar en esta etapa es el cuestionario que según Hernández et al. (2014), es el instrumento social más usado y consiste en un conjunto de preguntas respecto a la variable e indicadores a medir (pág. 217).

Así, el presente estudio cualitativo se vale del cuestionario denominado Comunicación organización y temas de interés en gestión vial, que se muestra en el Apéndice B, como herramienta diseñada específicamente para los fines de la investigación. De acuerdo con Alonso, Bendoyro y Cepada (*s.f*), el cuestionario es una técnica de investigación empleada para conocer datos y opiniones de un público determinado. “Las

opiniones que de aquí se tomen pueden estar referidas a las ideas, creencias, actitudes y preferencias del público elegido o al grado de satisfacción de sus necesidades” (p.70).

El cuestionario semiestructurado está compuesto por una lista previa de 20 preguntas orientadoras, que se aplican a cada encuestado de manera individual, persona a persona, o bien por vía telefónica. La mayoría de las preguntas se responden marcando con una equis (x) la opción que más se acerque al modo de pensar de quien llena el cuestionario. Ninguna respuesta se considera incorrecta. Sin embargo, algunas respuestas requieren una justificación corta, por lo que se incluye una línea o espacio para agregar datos específicos. A cada participante se le solicita llenar todos los espacios de acuerdo con sus propias experiencias, intereses y expectativas. Aunado a lo anterior, varias preguntas incluyen la opción NS/NR, que puede utilizar si no sabe la respuesta o si prefiere no responder. El tiempo aproximado de respuesta es de 10 minutos.

El propósito de aplicar el mismo instrumento de recolección de datos a una muestra de 50 personas, es conocer su punto de vista sobre la comunicación municipal en el ámbito vial, así como sus posibilidades reales de acceso a la información. De igual modo, conviene indagar sobre los temas relacionados con gestión vial participativa que les resulta de mayor interés, tratando también de explorar los gustos, preferencias, intereses y hábitos de lectura de los participantes, para así enfocar el manual de identidad del periódico impreso hacia los ejes temáticos de su predilección.

Para facilitar la aplicación individual del instrumento, así como el posterior análisis de los datos recopilados y su respectiva sistematización, el cuestionario utilizado en la presente investigación se organiza en bloques o tópicos, bajo los cuales se incluyen sistemas ordenados de preguntas relacionados con un mismo tema. De acuerdo con Martí (2012), la guía no obliga a formular las preguntas de forma rígida, tal y como están redactadas ni en el mismo orden; sino que más bien buscan la fluidez y la naturalidad en la conversación (p. 12).

Los tópicos o temas que comprende el cuestionario diseñado para los comités de caminos de León Cortés, está dispuesto en cinco bloques a saber:

Bloque 1: Información personal: Esta sección está conformada por tres preguntas necesarias para recopilar información personal referente a la edad, nivel educativo y años de experiencia en gestión vial de cada encuestado. El género del participante y el distrito de procedencia, no se incluyen como preguntas, puesto que esa información se extrae previamente de la base de datos de los comités de caminos del cantón, misma que se visualiza como una lista de contactos, con nombres y números telefónicos de las personas que integran las juntas directivas de dichas organizaciones comunales presentes en los seis distritos. Recuérdese que dicha lista, de uso y acceso discrecional, es la que se utiliza para elegir a los participantes según criterio de la investigadora.

Nótese además que en el cuestionario no se incluye el nombre del participante, ya que mediante el anonimato se busca resguardar la identidad de quienes colaboran con el proyecto, con el fin de crear un ambiente de confianza que favorezca la libertad de expresión. Sin embargo, a modo de referencia se indica el nombre del comité de caminos al que representa la unidad de análisis, para lo cual ha sido dispuesto un espacio en el costado superior izquierdo del cuestionario (Ver Apéndice B.).

Bloque 2: Conocimiento sobre gestión vial participativa: Este bloque está conformado por cinco preguntas semiestructuradas mediante las cuales se busca determinar si el nivel de conocimiento personal sobre temas de interés para el comité de caminos es suficiente o insuficiente. La idea es determinar si el encuestado maneja información indispensable para realizar su labor como vocero de la UTGVM ante la comunidad, de forma eficiente. Esto incluye dominar información básica sobre la programación de proyectos viales por parte de la Municipalidad en beneficio del camino y de la población a la que representa, entre otros temas de interés relacionados con gestión vial participativa (Ver Apéndice B.)

Bloque 3: Temas de interés sobre gestión vial: Esta sección del cuestionario está conformada por dos preguntas fundamentales para el proyecto de investigación, puesto que están orientadas a determinar la variable relacionada con los temas de gestión vial que resultan de mayor interés para los encuestados. La primera de esas preguntas está planteada como una invitación a proponer temas, mientras que la segunda más bien brinda una lista de tópicos de los cuales se deben escoger los cinco temas relacionados con gestión vial que le parezcan más interesantes (Ver Apéndice B.)

Bloque 4: Percepción sobre la comunicación en gestión vial: Igual que sucede con el bloque anterior, este segmento de preguntas reviste particular importancia para el avance y cumplimiento de los objetivos del proyecto de investigación, puesto que sirve para perfilar la variable relacionada con la percepción que tienen los integrantes de comités de caminos de León Cortés sobre la comunicación en temas de gestión vial participativa por parte de la la Municipalidad. El bloque consta de cinco preguntas en total mediante las cuales se busca registrar el impacto de la labor de divulgación que realiza la UTGVM, para determinar si existe o no ruido en la comunicación, si el ruido se da por problemas de acceso a la información oficial, o bien porque la cantidad de información que entrega el gobierno local en temas de gestión vial es insuficiente (Ver Apéndice B.).

Bloque 5: Plataformas de información y gusto por la lectura: El bloque final de preguntas que incluye el cuestionario está compuesto por cinco preguntas que tienen por finalidad determinar las plataformas de información que los encuestados recomiendan, así como los hábitos de lectura de dichos participantes. Por eso se les pregunta si saben que la Municipalidad cuenta con perfil oficial en Facebook donde publica información útil para los comités de caminos y si propondrían un medio diferente. De igual modo, se les cuestiona sobre su gusto por la lectura, así como por la frecuencia con que acostumbra leer, para finalmente consultarles si participan o no en el taller grupal para definir aspectos de forma y fondo de un periódico impreso dirigido a los comités de caminos del cantón.

Taller participativo

En la segunda etapa de recolección de datos primarios se trabaja con los comités de caminos de modo grupal, mediante el planeamiento y ejecución del taller participativo (ver Apéndice C) como herramienta de investigación destinado a conocer los rasgos o características que podrían resultarle más atractivos a dichos líderes comunales. De este modo se busca determinar los rasgos de estructura, formato y lenguaje que deberían incluirse en el manual de identidad del medio periodístico propuesto por la Municipalidad para reforzar la comunicación organizacional y mejorar la percepción de los pobladores hacia la institución.

Para facilitar su aplicación, el taller participativo se organiza mediante una agenda u orden del día, que incluye el detalle de los pasos, de los horarios, los recursos necesarios y las actividades por realizar en un tiempo determinado. Por eso, el taller debe pasar por una faceta previa, que consiste en la elaboración de un paquete de materiales de apoyo que sirve para complementar las dinámicas y que debe verse reflejo en la guía de trabajo del taller, con el fin de aumentar las probabilidades de éxito de cada actividad propuesta y evitar el desperdicio de tiempo. La duración aproximada del taller es de 2 horas consecutivas.

En este caso, la muestra se elige mediante varios filtros. En primer lugar se realiza una preselección a partir de la fase anterior en que al aplicarle un mismo cuestionario a 50 personas, se aprovecha para preguntarles si les gusta o no leer. Si la respuesta es negativa se descarta la participación de esa persona en el taller, mientras que quienes responden de forma positiva se cuestionan acerca de si quieren y pueden participar en el taller. Es así que la muestra se elige a partir de las personas que responden afirmativamente, de modo que se logren conformar dos grupos de 6 participantes cada uno.

El número total de personas en los talleres participativos es de 12 personas, sin contar a la facilitadora. Valga aclarar que en la elección de los participantes en cada taller se aplican criterios de segmentación de la población tales como edad, género, procedencia y

relación territorial, entre otros. Al respecto Martí (2012) comenta :

Se trata de configurar grupos de discusión relativamente homogéneos respecto a estas características, bajo la hipótesis de que, al compartir determinadas posiciones sociales, reproducirán discursos similares. El número de participantes por grupo es de entre 5 y 9 personas. Paralelamente, es necesaria cierta heterogeneidad entre los miembros de un mismo grupo siempre para que se establezca un marco de debate, puesto que un excesivo acuerdo inhibe la comunicación grupal (p. 14).

La escogencia de los participantes en el taller se debe entonces a cuatro razones de tipo circunstancial, cada una de ellas vistas como requisitos de selección. Primero, los participantes deben ser líderes comunales que forman parte activa de algún comité de caminos del cantón. Segundo, se trata de hombres y mujeres que comparten el gusto por la lectura. Tercero, son personas que manifiestan buena disposición para participar en el taller y que además disponen de tiempo para hacerlo. Así, finalmente se elige los participantes por conveniencia, procurando invitar a dos representantes por cada distrito, idealmente un hombre y una mujer.

Una vez validados los cuatro aspectos anteriormente expuestos, el taller participativo se aplica mediante la convocatoria de los líderes comunales al plantel de la Unidad Técnica de Gestión Vial, en una fecha y hora previamente establecida, aprovechando el espacio de reunión en dichas instalaciones, donde además se pueden utilizar los implementos de oficina disponibles: computadora, impresora, papel, tinta y otros insumos necesarios para llevar a cabo el taller sin mayores complicaciones. De este modo, se pretende facilitar la aplicación grupal del instrumento, así como el análisis de los datos recopilados y su posterior sistematización.

Con el fin de facilitar el entorno de empatía que requiere un trabajo de esta índole, se realiza un encuentro informal, tipo café ejecutivo, en que líderes comunales de los seis distritos discuten sobre cuestiones de forma y fondo, relacionados con sus gustos y

preferencias en relación con las publicaciones impresas en papel. Se considera importante realizar al menos dos talleres de seis personas cada uno, con el fin de contrastar distintas posiciones discursivas.

La elección de los recursos por utilizar en el taller responden a la necesidad de facilitar la comprensión y asimilación de las dinámicas, de modo que resulten tanto funcionales para la investigación como atractivos para los participantes. El material didáctico escogido específicamente para la dinámica de crítica constructiva de una publicación impresa, utiliza como base un afiche original, realizado por la Unidad Técnica de Gestión Vial en el año 2011, con lo cual se busca que la población en estudio pueda reconocer los temas con facilidad y propiciar su participación, de modo que cada participante analice y luego exponga los resultados de su análisis frente al grupo, planteando tanto aspectos positivos y negativos, como propuestas de mejora.

Proceso para la recolección de datos

Hernández et al. (2014, p. 397) sugieren que la finalidad de recolectar datos en la investigación cualitativa es analizarlos, comprenderlos y así responder a la pregunta de investigación y generar conocimiento. Los autores además explican que la recolección debe ocurrir en ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de análisis, para comprender cómo hablan, en qué creen, qué sienten, cómo piensan, cómo interactúan, entre otros aspectos de su vida diaria.

En este caso, por tratarse de una investigación-acción participante, la recolección de los datos primarios se realiza mayormente mediante la visita al sitio y la aplicación de los diferentes instrumentos de forma personal. Cabe recalcar que la generación de conocimiento se ve favorecido por la cercanía de la investigadora al territorio de León Cortés, pero también por su rol como promotora social del ayuntamiento. Dichos factores

no solo aumentan la oportunidad de encontrarse cara a cara con los protagonistas del proyecto, sino que también facilitan coordinar el trabajo documental y de campo.

Por otra parte, los individuos que intervienen en el estudio se pueden contactar mediante llamada telefónica o visita al domicilio, tomando como punto de partida las bases de datos de la Municipalidad de León Cortés, en que se encuentra información básica sobre las personas que conforman la red de comités de caminos del cantón. En el caso del taller participativo, la elección de los participantes depende en gran medida de la superación de la etapa anterior, no obstante, en términos generales se puede hablar de dos factores básicos de segmentación: género y distrito de procedencia.

En la ejecución del taller se realiza la motivación de los participantes por parte de la facilitadora, intentando propiciar un clima de confianza, ameno y entretenido. Luego se lee la agenda del día, aclarando y modificando lo que sea necesario. Posteriormente, se introduce cada una de las dinámicas del taller, explicándose su logística y facilitando los recursos según corresponda. La presentación de contenidos estará a cargo de la facilitadora quien debe asegurarse de la participación activa de todos los miembros del grupo.

Las actividades deben llevarse a cabo de acuerdo con los tiempos previamente definidos y se registran mediante grabación y transcripción del audio de cada una de las participaciones, para su posterior sistematización de resultados y la elaboración del informe final.

Otra técnica de recopilación de información es la fotografía que permite registrar las dinámicas grupales y copiar fácilmente todo tipo de visualización del taller. Sin embargo, se opta por prescindir de este recurso con el fin de mantener en anonimato la identidad de los participantes y fomentar su participación libre de presiones. Esto por cuanto, a fin de cuentas la Municipalidad es una institución con un fuerte matiz político, lo cual muchas veces incide de forma negativa en el accionar de sus jerarcas, quienes no siempre toleran los comentarios que reflejan puntos de vista contrarios a su gestión de gobierno.

En este contexto, cabe aplicar lo indicado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) con motivo del Día Mundial de la Prensa 2009:

Habrá que redoblar los esfuerzos para crear medios de comunicación que sean críticos con los supuestos arraigados en el pasado, pero tolerantes con otros posibles puntos de vista que faciliten la información útil para que la gente tome decisiones informadas, integren posturas antagónicas, en una historia común de interdependencia y respondan a la diversidad mediante el diálogo (p.2).

Es así que el anonimato en la identidad de los participantes, tanto en el llenado de los cuestionarios individuales como en la puesta en escena de los talleres grupales, se considera un mal necesario. Mediante dicha medida se busca evitar que la libertad de expresión pueda verse limitada, ya que al tratarse de un cantón con una población relativamente pequeña, en León Cortés existe el temor de que los proyectos comunales puedan frenarse a causa de una opinión personal contraria al accionar del gobierno en turno. Es así que en el afán de preservar la buena relación entre los líderes comunales y los jefes institucionales, se procura proteger la identidad de las personas que forman parte de la muestra de investigación, de modo que se genere un ambiente de confianza que propicie la libertad de expresión.

Método de análisis

Para analizar la información resultante del presente proyecto de investigación, se utilizará el método manual, que obedece a la recolección previa de la información en campo por parte de la investigadora y a la posterior sistematización del conocimiento mediante paquetes básicos de computación, tales como Word y Excel. El análisis de los datos se realiza de forma manual, mediante la codificación y categorización de los datos recolectados y no mediante aplicaciones informáticas especializadas, dado que la muestra de la investigación es relativamente pequeña y fácil de manejar.

El análisis de datos, de acuerdo con Mayan (1991) , es un modelo sistemático de recolección y análisis de datos, en el cual el investigador cualitativo recolecta datos de individuos específicamente seleccionados sobre tópicos buscados, analiza los datos, recolecta más datos para llenar huecos, los analiza y así sucesivamente hasta alcanzar la saturación. “Esto ocurre cuando ningún dato nuevo o relevante emerge, cuando todos los caminos o salidas han sido seguidos, y cuando la historia o teoría es completa.” (p11).

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este apartado se discuten los principales resultados obtenidos a partir de la aplicación de los instrumentos de recopilación de datos primarios a una muestra de la población en estudio. Por tratarse de un proyecto de tipo cualitativo, enmarcado bajo la modalidad investigación-acción-participante, se considera crucial para el cumplimiento de los objetivos planteados, recopilar la información directamente de la población de interés, potenciando el contacto de la investigadora con la realidad, en un intento por comprender esa realidad desde el punto de vista de los actores estudiados.

Es importante recordar que los resultados que se mencionan en este apartado corresponden en primer término a las respuestas del cuestionario aplicado a 30 hombres y 20 mujeres que conforman la muestra de la investigación, a quienes se abordó con el fin de conocer su percepción sobre la comunicación en temas de gestión vial participativa que realiza la Municipalidad de León Cortés, al tiempo que se intenta determinar los temas viales que resultan de mayor interés para dichos ciudadanos. En segundo instancia, el análisis de resultados expuestos en este capítulo hace referencia a la sistematización de dos talleres participativos, de 6 personas cada uno, mediante los cuales se busca determinar los rasgos de forma y fondo que podrían resultar más atractivos para los lectores potenciales de una publicación impresa especializada en gestión vial.

Es así que los datos recopilados, resumidos y sistematizados mediante las variables correspondientes, se analizan a la luz de los fundamentos teóricos previamente explorados, de modo que se generen los insumos necesarios para dar respuesta al problema de investigación planteado al inicio del proyecto: ¿Qué características de presentación, tratamiento y formato debe contemplar el manual de identidad de un periódico impreso sobre gestión vial participativa en León Cortés, para que su contenido resulte útil, interesante y atractivo para sus lectores potenciales?

Valga aclarar que con el fin de ordenar la información, en este capítulo se presenta un resumen de resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario y del taller participativo, analizando de forma paralela dichos resultados de acuerdo con las variables propuestas en la presente investigación.

Información personal y conocimiento sobre gestión vial

Durante el mes de setiembre del año en curso, se aplicó el cuestionario denominado Comunicación organizacional y temas de interés en gestión vial (Apéndice B), mismo que se aplicó de forma individual a un total de 50 personas. La información personal suministrada por las unidades de análisis (Apéndice D), revela que se trata de una muestra conformada por 30 hombres y 20 mujeres, siendo que la mayoría de los encuestados se ubica en el rango de población adulta (36 a 64 años), mientras que tan solo 2 personas se identifican como adultos mayores (65 años o más) y la población restante se ubica en la categoría de persona joven (entre 18 y 35 años).

Por otra parte, la distribución de la muestra por lugar de procedencia se realizó de forma predeterminada, tratando de conseguir cierta equidad en cuanto al número de participantes por distrito. En lo que respecta al nivel educativo, se tiene que la mayoría de personas consultadas cuentan con primaria completa o bien con secundaria incompleta, mientras que tan solo 2 personas lograron concluir sus estudios a nivel universitario.

La experiencia en gestión vial participativa es una fortaleza identificada en la muestra de investigación, puesto que la mayoría de los participantes indicó que tiene 11 años o más de trayectoria en el tema, por lo que varios encuestados manifestaron gran interés y muy buena disposición para colaborar en este proyecto de investigación de acuerdo con sus posibilidades.

A la pregunta ¿Sabe usted qué obra o proyecto vial tiene programada la Municipalidad de León Cortés en beneficio de su comunidad para este año? (Apéndice E), la mayoría de las personas consultadas respondió que no sabe (37 personas). Este dato llama particularmente la atención ya que se trata de líderes comunales que, en buena teoría, trabajan de la mano con la Municipalidad en la búsqueda de soluciones conjuntas para mejorar la calidad de vida de los habitantes del cantón a través de la conservación vial participativa.

Por otra parte, se consultó a los participantes sobre las fuentes de adquisición de conocimiento en temas de interés y utilidad para el comité de caminos (Apéndice J), la mayoría de los participantes (46 personas) refirió como primera fuente la atención personal en la institución, mientras que tan solo 15 personas dieron crédito a las publicaciones impresas, tales como volantes, afiches y despegables. Esto puede deberse principalmente a la falta de un medio informativo propio, especializado en gestión vial participativa, que esté disponible y al alcance de los comités de caminos.

Finalmente, es importante señalar que la gran mayoría de los participantes en el cuestionario (40 personas) manifestó que en términos generales, su nivel de conocimiento personal sobre temas de interés para el comité de caminos es insuficiente. Este dato resulta alarmante si se toma en cuenta que, como se mencionó anteriormente, se trata de una población que en términos generales cuenta con muchos años de experiencia en gestión vial y desarrollo comunal. Aunado a lo anterior, los principios de la conservación vial participativa señalan que el ciudadano informado es un actor clave en el mejoramiento de la red vial cantonal, sin embargo, tan solo 10 personas consultadas manifestaron tener suficiente conocimiento con respecto a temas de interés en su ámbito de acción.

Análisis de variable: Temas viales de interés

Con el fin de determinar las secciones y ejes temáticos del periódico requerido por la Municipalidad, esta variable se utiliza para identificar los temas relacionados con gestión vial participativa que son de mayor interés para los comités de caminos de León Cortés. Es así que se consultó a los participantes en el cuestionario si les gustaría o no compartir con sus vecinos información sobre algún tema específico relacionado con gestión vial.

Al respecto, la mayoría de las personas consultadas indicaron que sí, mientras que tan solo 4 personas dijeron que no (Apéndice I). Así, las 46 personas que contestaron afirmativamente sugirieron una serie de temas sobre los cuales les gustaría ampliar conocimiento, siendo lo relacionado con los proyectos específicos para la comunidad el tema más recurrente, aunque también se hizo mención a los derechos y deberes de los colindantes con caminos municipales, la inclusión de las mujeres en proyectos viales, la necesidad de información oficial sobre temas e interés y la importancia de rescatar el papel del líder comunal en la gestión vial, entre otros.

La lista completa de temas viales propuestos por los encuestados, así como los comentarios adicionales realizados por ellos mismos, se muestra en la siguiente tabla:

Propuesta de temas de interés en gestión vial participativa
<input type="checkbox"/> Plan quinquenal /presupuesto/ Planificación
<input type="checkbox"/> Derechos de vía, porque los vecinos ya casi se comieron el camino
<input type="checkbox"/> Deberes y derechos de los usuarios del camino
<input type="checkbox"/> Obligaciones de las personas, de velar por el buen estado del camino.
<input type="checkbox"/> Crear conciencia de que no es solo deber de la Municipalidad.
<input type="checkbox"/> Presupuesto para la comunidad
<input type="checkbox"/> Derechos de los pobladores a tener un buen camino y qué debemos hacer para lograrlo
<input type="checkbox"/> Proyectos por realizar por distrito
<input type="checkbox"/> Proyectos en beneficio de mi comunidad (5 menciones)
<input type="checkbox"/> Cómo solicitar proyectos
<input type="checkbox"/> Partidas específicas para la comunidad
<input type="checkbox"/> Información oficial sobre los proyectos por realizar

<input type="checkbox"/> Actividades que realiza la Municipalidad en el camino
<input type="checkbox"/> Cualquier tema es importante
<input type="checkbox"/> Para evitar que la gente se desespere, hay que informar las mejoras que se están haciendo en todo el cantón, así tal vez entiendan por qué los proyectos no llegan tan rápido como uno quisiera
<input type="checkbox"/> El rol de la mujer en la gestión vial: "Sería bueno que la comunidad sepa lo que hacemos. Nosotros trabajamos mucho, como hormiguitas, lo malo es que a veces parece que nadie nos ve".
<input type="checkbox"/> Estado de los caminos hacia mi comunidad
<input type="checkbox"/> Estado del camino y qué hay que hacer para arreglarlo.
<input type="checkbox"/> Qué podemos hacer los vecinos para mejorar la comunidad
<input type="checkbox"/> Motivación comunal, para que todos trabajemos por el desarrollo, buscando soluciones para las muchas necesidades que tenemos
<input type="checkbox"/> Inclusión de las mujeres en proyectos viales
<input type="checkbox"/> Oportunidad de trabajo para mujeres en proyectos del camino
<input type="checkbox"/> Gestión de cuadrillas ante el Ministerio de Trabajo
<input type="checkbox"/> Relación de los caminos y el turismo
<input type="checkbox"/> Capacitación a los comités de caminos en el uso de las nuevas tecnologías
<input type="checkbox"/> Charlas sobre atención de emergencias
<input type="checkbox"/> Riesgos de accidentes en carretera
<input type="checkbox"/> Trámite de caminos públicos

Tabla 3. Propuestas de temas de interés para los comités de caminos

Aunado a lo anterior, se solicitó a los participantes elegir 5 opciones de temas de interés de entre una lista de 18 tópicos previamente definidos, siendo que la mayoría de las personas indicó el tema de conservación del medio ambiente como una prioridad, seguida por futuros proyectos, obras en ejecución, aporte comunal y guía práctica de trámites viales. Si bien dichos temas ocupan los lugares de privilegio en la nominación realizada por los participantes en el cuestionario, también se dio relevancia a los temas relacionados con la importancia de los comités de caminos, rendición de cuentas, líderes comunales, atención de emergencias, leyes y reglamentos y presupuesto municipal (Apéndice K), por lo que se considera pertinente incluir estos temas en el manual de identidad del periódico municipal.

Análisis de variable: Percepción de la comunicación actual

A modo de preámbulo, en este apartado cabe mencionar que la UTGVM elabora periódicamente publicaciones impresas y digitales, con el afán de contribuir al fortalecimiento de la cultura de rendición de cuentas y transparencia hacia la comunidad. No obstante, hasta la fecha, nunca antes se había realizado ningún estudio para medir el impacto de dichas acciones. Es así que, ante la falta de un diagnóstico sobre la efectividad de la divulgación que realiza la UTGVM, en la presente investigación se considera oportuno registrar la percepción que tienen los integrantes de comités de caminos de León Cortés sobre la comunicación en temas de gestión vial participativa por parte de la Municipalidad, buscando determinar si existe ruido en la comunicación y cuáles son los factores que afectan la percepción de los comités de caminos.

Así, al preguntarle a cada uno de los encuestados si ha recibido recientemente información oficial de la UTGVM que pueda servirle como herramienta para motivar a los vecinos a trabajar en proyectos comunales, la mayoría de los consultados respondió de forma negativa. Paralelamente, dichos participantes manifestaron que tienen problemas de acceso a información oficial por parte de la Municipalidad, lo cual es preocupante puesto que en teoría los comité de caminos son los voceros del gobierno local ante la comunidad.

Los participantes mencionaron problemas de acceso a la información de diversa índole, tal y como se muestra en la siguiente tabla:

Problemas de acceso a información	
<input type="checkbox"/>	Dependen mucho del criterio del ingeniero que es al que más cuesta encontrar
<input type="checkbox"/>	Porque si brindan información yo nunca la he visto, o sea que sí hay un problema.
<input type="checkbox"/>	No hay información impresa en la Municipalidad, que uno puede tomar sin preguntar
<input type="checkbox"/>	Nos atenemos a que venga el alcalde y él nos hable, pero eso no es suficiente. Nos falta comunicación oficial, cifras, datos.
<input type="checkbox"/>	En mi comunidad no entra casi ni celular, menos Internet
<input type="checkbox"/>	Yo mismo no tengo suficiente conocimiento. Hace falta dar más información

<input type="checkbox"/> Porque no tengo información oficial
<input type="checkbox"/> La gente no cree mucho en lo que yo diga como vocero del comité. A veces, solo vale la palabra del alcalde, del ingeniero y de los funcionarios.
<input type="checkbox"/> No tengo a mano información oficial
<input type="checkbox"/> Falta comunicación oficial, por escrito
<input type="checkbox"/> No todos en la parte vial manejan la misma información

Tabla 4. Problemas de acceso a la información

La tabla anterior, elaborada a partir de la opinión personal de varios participantes en el cuestionario, revela que existe un vacío de información oficial, una necesidad de comunicación insatisfecha, que genera inconformidad en los encuestados, quienes manifiestan que no cuentan con datos, montos, cifras, que puedan presentar por escrito a los vecinos para ganar credibilidad en la gestión del comité de caminos y reafirmar el rol de vocero del gobierno local ante la comunidad.

De acuerdo con la opinión de varios participantes, la carencia de información oficial afecta incluso el desempeño de los funcionarios de la UTGVM, puesto que según su percepción hay una fuerte dependencia del criterio del ingeniero por parte de los subalternos, quienes no siempre manejan la misma información sobre un tópico determinado o desconocen la respuesta correcta que se debe brindar a los comités de caminos, o a quien acude por información, ya sea de forma personal o por vía telefónica.

Cabe destacar además que la mayoría de los consultados considera que la cantidad de información que entrega la Municipalidad de León Cortés en temas de gestión vial es poca. Esto, sin lugar a dudas repercute en la percepción de los líderes comunales sobre la comunicación que realiza el gobierno local, puesto que de la muestra total de 50 personas tan solo 8 opinan que la labor de divulgación de la UTGVM es excelente (Apéndice H). Ante tal panorama, no es de extrañar entonces que la mayoría de los participantes respondiera que dicha labor “es buena, pero puede ser mejor” .

Es así que, como reacción ante los resultados del cuestionario específicamente en lo relacionado con la percepción de los comités de caminos sobre los esfuerzos que realiza la UTGVM por dar a conocer su labor en temas de gestión vial, se considera indispensable que el nuevo medio de comunicación de la Municipalidad de León Cortés se adapte a las necesidades de información de su público objetivo, brindando más información y de mejor calidad, para que de este modo pueda convertirse en un motor de progreso social y de desarrollo comunal.

Plataformas de información

Al preguntarle a las participantes del cuestionario si saben que la Municipalidad de León Cortés tiene un perfil oficial en Facebook donde se puede leer información útil para los comités de caminos, 26 personas contestaron sí, mientras que las 24 restantes respondieron negativamente. Aunado a lo anterior, se preguntó a los participantes si propondrían un medio diferente para que los comités de caminos de León Cortés puedan leer información relacionada con gestión vial, siendo que la mayoría de los encuestados contestó afirmativamente (Apéndice F).

Entre los medios propuestos por los representantes de los comités de caminos se menciona en primer lugar la información impresa, tipo informe escrito, boletín informativo, revista o periódico. Esto por cuanto según comentarios realizados por los participantes, se requiere de un medio escrito, especializado en gestión vial, de carácter local, dirigido a los comités de caminos, que se enfoque en noticias positivas y que funcione para todos o la mayoría de los comités del cantón, puesto que muchos manifestaron no tener televisión por cable en su casa o bien tener alguna dificultad de acceso a Internet. Cabe mencionar además que de manera específica el periódico impreso se menciona siete veces en total.

Aunado a lo anterior, las personas consultadas sugirieron otros medios para obtener información de su interés en el área de gestión vial, tales como reuniones en la comunidad

con representantes de las organizaciones comunales y el gobierno local. También propusieron mejorar la comunicación e informar más, mediante llamadas telefónicas, publicaciones en Internet o en cable local, o bien a través de pantallas informativas dispuestas en lugares visibles de la Municipalidad.

Las plataformas informativas propuestas por los miembros de comités de caminos con la finalidad de obtener mayor información relacionada con gestión vial participativa, se resumen en la siguiente tabla:

Medios propuestos para mejorar la comunicación			
N°	Medio	Tipo	Comentario adicional
23	Información impresa	Informe escrito	Algo que funcione a la mayoría de comités. No todo mundo tiene Internet o no lo usa para ver noticias.
		Boletín informativo	Porque nosotros no tenemos acceso al canal de cable local y por eso no podemos ver noticias del cantón por televisión.
			Para los comités de caminos
		Revista	Porque yo no uso mucho el Internet
		Periódico	De noticias positivas
Local Algo como los periódicos de antes, de los que había en la zona.			
8	Reuniones	Con el comité	En persona entre el comité de caminos y los funcionarios de la UTGVM
		Con la comunidad	Para hacer preguntas de forma personal, que le expliquen al comité directamente
			Con todos los vecinos del pueblo cuando se trata de un asunto que requiere una intervención grande, como una emergencia
		En la comunidad	
3	Vía telefónica	Llamadas	No todos tenemos acceso a las tecnologías “Hay que arar con los bueyes que hay”
			Que le informen más, para evitar llegar a la Municipalidad y perder el viaje.
			Al menos vía teléfono, informar más.
3	Internet	Facebook	Un perfil de Facebook exclusivo para el departamento vial. Me gustaría que fuera algo específico y no todo lo de la Municipalidad en el mismo sitio.
			En realidad Internet es lo máximo que tenemos como medio de información. Lo que se necesita es dar a conocer

			el sitio de la Municipalidad
			Me gustaría que Gestión Vial tuviera algo específico del departamento y no todo revuelto en el Facebook de la Municipalidad
1	Pantalla informativa		En la Municipalidad
1	Cable		El canal de cable de la zona

Tabla 5. Propuestas de medios informativos

Conclusiones generales del cuestionario

De esta fase de recopilación de datos primarios se puede concluir que en términos generales, la mayoría de los encuestados son personas adultas, con un nivel educativo medio y buenos hábitos de lectura, que cuentan con más de 11 experiencia en gestión vial participativa y que, sin embargo, manifiesta que la cantidad de información que entrega la Municipalidad de León Cortés en temas de gestión vial es poca y que su nivel de conocimiento personal sobre temas de interés para el comité de caminos es insuficiente. Esto es valioso para reforzar la futura creación de un medio periodístico impreso, especializado en gestión vial, de carácter local, que ya de por sí es una necesidad de comunicación insatisfecha que ha sido reconocida por el gobierno local.

En lo que respecta a temas de interés, la programación de proyectos específicos para la comunidad es el tema que los encuestados alegan tener mayor necesidad de información, aunque también se hace mención a la importancia de rescatar el papel del líder comunal en la gestión vial. Paralelamente, el tema de conservación ambiental se indicó como una prioridad, seguida por futuros proyectos, obras en ejecución, aporte comunal y guía práctica de trámites viales, por lo que dichos aspectos deben tomarse en cuenta a la hora de plantear el manual de identidad del nuevo medio informativo propuesto por la Municipalidad.

En atención con los resultados preliminares del cuestionario sobre conocimiento en gestión vial participativa, se propone reforzar la rendición de cuentas como mecanismo para que el ciudadano informado pueda ejercer el derecho a la libertad de opinión y de expresión. Es así que la divulgación de la labor que realiza la Unidad Técnica de Gestión Vial debe plasmarse como una necesidad prioritaria en el manual de identidad del nuevo medio de comunicación de la Municipalidad de León Cortés. Por tratarse de un periódico especializado en gestión vial participativa, la ideología del medio impreso debe contemplar la claridad y la transparencia en la gestión pública, enfocándose en los comités de caminos del cantón como gestores del desarrollo local.

Transición al taller participativo

Con respecto a los hábitos de lectura de los participantes en el cuestionario, se tiene que la mayoría de las personas encuestadas afirman que les gusta mucho leer, mientras que tan solo dos personas indican que les gusta muy poco. Es así que para fines prácticos, esta información ayuda a determinar el grupo de individuos que pasa de llenar el cuestionario individual a participar en el taller grupal, mediante la aplicación de varios filtros que reducen la muestra de investigación, continuando en la etapa siguiente con aquellos líderes comunales que refieren tener buenos hábitos de lectura y que además manifiestan querer (y poder) participar en la creación de una propuesta periodística impresa dirigida a los comités de caminos del cantón. De este modo la lista de posibles participantes en el taller se reduce a 15 personas y se da por concluido el cuestionario.

Análisis de variable: Mensaje (Forma- fondo)

El taller participativo se realiza con la finalidad de determinar los rasgos de estructura, formato y lenguaje que resultan más atractivos para el público objetivo: los comités de caminos del cantón. Para ello se realizan dos talleres grupales, de 6 participantes cada uno, registrando y sistematizando sus aportes como insumos valiosos para la posterior

elaboración del manual de identidad de un periódico impreso, especializado en gestión vial, mismo que se incluye en el Apéndice S del presente proyecto de investigación.

Con el propósito de facilitar el posterior uso de los datos recopilados mediante las diferentes actividades desarrolladas en el taller, en los siguientes párrafos se procede a clasificar, sintetizar y agrupar las respuestas brindadas por cada participante, siendo que lo que interesa para fines del estudio es la búsqueda de coincidencias, más que señalar diferencias aisladas. Aún así, cada respuesta individual está disponible para verificación o consulta en la sección de Apéndices del presente proyecto.

Presentación personal mediante un color

A cada participante se le solicita indicar tres atributos o significados que tiene uno de los colores del escudo del cantón de León Cortés, utilizando la frase “Yo soy “, seguida del color seleccionado y la respectiva justificación. Los datos recopilados se resumen del siguiente modo:

Rojo: Pasión, amor, vida, sangre

Azul: Tranquilidad, frescura, serenidad, confianza

Verde: Naturaleza, armonía, refrescante, esperanza

Negro: Fuerza, Misterio, poder, sobriedad, elegancia

Amarillo: La buena suerte, felicidad, alegría, diversión, optimismo

Celeste: Sinceridad, progreso, prosperidad, lo divino, el cielo

Lo que gusta de una publicación impresa

Al grupo se le solicita que seleccione de entre varias publicaciones impresas de diferentes contenidos, tamaños y tipos de papel, la que más le agrade o llame la atención,

ya sea porque su apariencia le resulte atractiva, por los colores utilizados, por la textura del papel, por el uso de imágenes o fotografías, por el tamaño de la letra o por cualquier otro rasgo que considere interesante. Cada grupo organizado en un taller participativo, debe elegir una publicación diferente y exponer sus características de manera grupal. Los resultados de las exposiciones grupales se sistematizan como una unidad, tratando de rescatar los datos que más se reiteran.

Así, del análisis de los comentarios positivos con respecto a las publicaciones seleccionadas se tiene que, en términos de imagen los participantes prefieren las publicaciones impresas con muchas fotografías, de gran colorido y de tamaño agradable a la vista. Además, las imágenes y los dibujos atraen su atención porque tienen buena presentación y se entienden fácilmente, al punto que más bien ayudan a explicar o ejemplificar lo que dice el texto.

En cuanto a los títulos, los participantes señalaron como aspectos fundamentales que sean breves, atractivos, precisos, fáciles de leer y comprender, que estén escritos en letras de tamaño grande y que usen colores alusivos al tema de la publicación. Además, los títulos deben facilitar la lectura de los textos, resumiendo en pocas palabras lo que dice toda una página.

En lo referente al texto, los participantes señalan que prefieren las publicaciones con un tamaño proporcionado de texto (ni muy extenso ni muy corto), para que las páginas no se hagan muy pesadas ni difíciles de leer, o bien para evitar el aburrimiento. Además, consideran importante que el texto esté escrito en tamaño de letra grande y clara para que sea amigable a la vista del lector y también que esté organizado por secciones, lo que da un buen aspecto y ganas de leer.

En lo que respecta al lenguaje, los participantes prefieren lo sencillo, lo ameno, que se lee y se entiende con facilidad. Cuando se utiliza vocabulario poco conocido, se debe

explicar en seguida su significado. Además, para que el contenido resulte atractivo debe tener alguna utilidad para el lector.

Otros criterios dignos de rescatar en cuanto a los aportes de los participantes en el taller comprenden el cuidado de guardar una relación correcta entre el tamaño de la publicación y la cantidad de información consignada. Se privilegia el uso de color en las imágenes y los títulos para que las páginas luzcan llenas de vida. Además, si se quiere guardar la publicación para futuras consultas, o como recuerdo, lo ideal es que el papel utilizado sea duradero, de buena apariencia y de alta calidad, que las hojas no se rompan fácilmente y que tengan una presentación agradable al tacto y a la vista.

Crítica constructiva de una publicación impresa

Este apartado se centra en el análisis realizado por 12 representantes de comités de caminos de León Cortés sobre el afiche denominado Ejecución de Proyectos Unidad Técnica de Gestión Vial (presupuesto ordinario y extraordinario 2011), mismo que fue publicado y distribuido a inicios del 2012, en los seis distritos del cantón. El objetivo principal de dicha valorización es tomar la crítica constructiva de los líderes comunales participantes en el taller, como base para conocer acerca de las características que deberían tener las publicaciones impresas tales como periódicos, afiches y otros documentos escritos para que resulten atractivos a sus lectores potenciales.

El afiche proporcionado cuenta con 27 imágenes full color de 2,90 cm x 3,70 cm. Los títulos de la publicación están escritos en letra Arial 16 (negrita), en color negro y rojo. El fondo de la publicación es una mezcla degradada de color verde claro, amarillo fuerte y turquesa. Los textos están escritos en letra Arial 12 y Bell Mt 11. En el encabezado de página se presentan los escudos de la Unidad Técnica de Gestión Vial y la Municipalidad de León Cortes tal como se muestra en la siguiente ilustración:



Figura 1. Afiche: Ejecución de proyectos Unidad Técnica de Gestión Vial

La dinámica consiste en que cada uno de los participantes realice un estudio individual o crítica constructiva de la publicación realizada por la Unidad Técnica de Gestión Vial en el 2012, planteando aspectos positivos, negativos y aspectos que se podrían mejorar. Para ello se utilizan criterios subjetivos, de percepción personal, relacionados con el agrado o desagrado que le genera la imagen, el texto, los títulos, el tamaño de la letra, el uso de color, entre otros elementos presentes en la publicación, para analizar y luego exponer los resultados de su análisis frente al grupo. Para los fines de la presente investigación, dichos datos se organizan y sistematizan del siguiente modo:

Imágenes	Aspectos positivos	
	Aspectos negativos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Son muy pequeñas 2. Demasiadas imágenes en poco espacio. 3. Se ve muy cargado
	Propuesta de mejora	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deberían ser más grandes. 2. Podrían ser menos y de mayor tamaño. 3. Se podrían acomodar diferente en el documento para mejorar su visión.
Texto	Aspectos positivos	<ol style="list-style-type: none"> 1. El número y tamaño de los textos es adecuado 2. Son fáciles de leer y están accesibles 3. Son fáciles de leer y se encuentra bien organizado por secciones.

	Aspectos negativos	1. Demasiada información en poco espacio. 2. Contiene mucha información para el tamaño de la publicación
	Propuesta de mejora	1. La letra debe ser más grande 2. Podrían tener más colores y la letra más grande 3. Los textos deberían ser más pequeños, con ideas más claras. 4. Podrían tener letra más grande y menos texto 5. Podrían tener la letra más grande 6. Podrían tener menos texto y la letra más grande
Títulos	Aspectos positivos	1. El tamaño es el correcto, son llamativos y atractivos. 2. Se ven con claridad y se leen fácilmente 3. Son concisos 4. El color es agradable 5. Se ven con claridad 6. Son muy precisos, la idea se expresa bien
	Aspectos negativos	1. No son muy llamativos en lo que dicen
	Propuesta de mejora	1. Podrían tener colores más impactantes 2. Podrían tener la letra más grande 3. Podrían tener menos texto
Lenguaje	Aspectos positivos	1. Es sencillo y conciso 2. Es fácil de leer y se puede comprender fácilmente
	Aspectos negativos	1. Utiliza vocabulario conocido pero parece aburrido 2. Hay algunas palabras difíciles de entender 3. No es muy ameno 4. No es muy claro, no está escrito para gente de pueblo 5. Es muy formal 6. Se entiende bien, pero es muy extenso 7. Se comprende pero no resume todo en pocas palabras 8. Muy serio, parece aburrido, no llama la atención de las personas
	Propuesta de mejora	1. Deberían de aclarar más algunos términos 2. Debería incluir resúmenes de lo más importante

Tabla 6. Crítica constructiva de una publicación impresa

Las opiniones con respecto a la publicación impresa de la Municipalidad de León Cortés son muy variadas y esto hace que se dificulte generalizar o sacar una conclusión sobre la percepción de los participantes en el taller con respecto al uso de imágenes, texto, títulos y lenguaje utilizado. No obstante, el rubro que ha sido más duramente criticado por los participantes es el del lenguaje, por lo que se recomienda a los funcionarios de la UTGVM redactar el contenido de futuras publicaciones de modo que se facilite la comprensión del mensaje. Para ello, se puede recurrir al uso de un lenguaje coloquial y un

formato atractivo, amigable con el lector, que además contribuya a fomentar el deleite por la lectura, con el afán de aportar a la construcción de una ciudadanía crítica conformada por actores sociales comprometidos con el desarrollo armónico del territorio.

Aunado a lo anterior, para facilitar la comprensión del contenido periodístico, se recomienda utilizar destacados u oraciones cortas que brinden la información más relevante de la nota, en especial cuando se trate de publicaciones extensas y se quiera destacar un asunto de particular interés. Si se trata de notas pequeñas o con poca información se recomienda prescindir de los encabezados.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El éxito de una investigación implica cumplir a cabalidad cada uno de los objetivos específicos del proyecto. En este apartado, dichos objetivos son vistos como etapas sucesivas, cuya adecuada y oportuna ejecución dan como resultado el cumplimiento del objetivo general del proyecto. Esto es, la elaboración del manual de identidad de un periódico dedicado a divulgar la labor de la UTGVM de la Municipalidad de León Cortés.

Así, en la primera etapa del proyecto se realizó un diagnóstico sobre la comunicación en temas de gestión vial que realiza la Municipalidad, lo cual sirvió para verificar que en el territorio en estudio, la participación ciudadana está en auge, sin embargo, existe un vacío de conocimiento por falta de información oficial en temas de gestión vial que son de interés para los líderes comunales que trabajan la gestión vial desde sus propios pueblos. Pese a ello, no existe en León Cortés, ni en la Zona de Los Santos, un medio dedicado a promover la conservación vial participativa, lo cual justifica la pertinencia de proponer un medio periodístico dirigido a los comités de caminos del cantón.

Como producto de la investigación-acción-participante, se determinó que la falta de información contextualizada en lo local deja sin armas a los líderes comunales de León Cortés para cumplir a cabalidad con su función de puente entre la comunidad y el gobierno local, lo cual no solo limita la participación de los vecinos en el mejoramiento de la red vial, sino que también afecta negativamente en la percepción que tienen los integrantes de los comités de caminos sobre la comunicación en temas de gestión vial participativa que realiza la Municipalidad.

Aunado a lo anterior, la consulta directa a los representantes de 50 comités de caminos del cantón, sirvió para registrar los temas de mayor interés para los participantes en la investigación. Dichos temas relacionados con la conservación del ambiente, futuros proyectos, obras en ejecución, aporte comunal y guía práctica de trámites viales, son valorados como insumos para establecer las secciones del periódico especializado en

gestión vial participativa que se propone como herramienta para mejorar la comunicación entre la municipalidad y la comunidad. El cuestionario, también sirvió para identificar otros temas de interés que se considera pertinente incluir en el periódico municipal, tales como la importancia de la rendición de cuentas a la ciudadanía, el rol de los líderes comunales, leyes y reglamentos, atención de emergencias y presupuesto municipal.

La creación del perfil de un medio periodístico desde su concepción, implicó aplicar una herramienta de diagnóstico para conocer los gustos y preferencias del público meta al que se pretende dirigir el contenido del periódico. Así, la realización de un taller participativo con líderes comunales de León Cortés que comparten el gusto por la lectura, permitió darse una idea general sobre los principales rasgos de estructura, formato y lenguaje que podrían resultar más atractivos para el público objetivo del nuevo medio periodístico. En este punto se determinó que mantener un estándar alto de calidad en la presentación visual del texto y las imágenes es un factor elemental, que podría definir si el periódico termina en el cesto de reciclaje o se guarda para futuras consultas o bien para compartir la información con otras personas.

A partir de la información recabada en la etapa de diagnóstico e investigación participativa, se realizó la propuesta de manual de identidad del periódico impreso dirigido a los comités de caminos de León Cortés. Dicho instrumento se concibe como una guía práctica y sencilla, que no pretende enseñar a escribir, ni da recetas de gramática y lenguaje aplicables a situaciones específicas. El manual se enfoca más bien en los rasgos constitutivos del medio, así como la esencia de su contenido. Además, con el fin de darle orden a la publicación, aquí se establece el tema central, los espacios predefinidos y las secciones fijas que tienen siempre el mismo nombre y una presentación gráfica similar, lo cual facilita visualizar qué va en cada página y la estructura general del periódico, así como quién o quiénes pueden colaborar en alguno de los espacios.

Una de las principales tareas relacionadas con el nacimiento de un medio de comunicación en formato impreso, es la elaboración del primer borrador o edición cero

que permite validar el acomodo de los títulos, textos e imágenes por página y analizar su contenido. No obstante, por limitaciones de tiempo y presupuesto, dicha tarea no puede ser realizada mediante la presente investigación, dado que el informe de rendición de cuentas que nutre de contenido la mayor parte del periódico y justifica su creación, no está disponible en un lapso razonable y la responsabilidad de su elaboración es ajena a los objetivos de este proyecto. Por esta razón, se propone un plan de implementación en que se establecen las acciones necesarias para que la edición uno del periódico esté lista para ser entregada a los lectores en 2018, una vez aprobada por el Concejo Municipal.

Cabe destacar que si bien la mayoría de los rasgos contemplados en este manual se definen de manera participativa, algunos de dichos elementos responden más bien al proceso de búsqueda documental y al trabajo de campo realizado de forma paralela por la investigadora mediante el método investigación-acción-participante. Dichos componentes están relacionados sobre todo con la postura ideológica, los géneros periodísticos y las normas de lenguaje de la nueva propuesta mediática. Así lo cultural, lo verbal y lo visual se suman en un paquete de identidad que condiciona la propuesta mediática de la Municipalidad de León Cortés en su versión final, tal y como llegará a su público objetivo, cumpliendo a cabalidad con las metas planteadas en la presente investigación.

Recomendaciones

Un medio periodístico impreso, de contenido especializado y de alta calidad visual podría resultar muy atractivo para instituciones y organizaciones públicas y privadas que requieren incentivar la participación ciudadana. Claro está, siempre y cuando se busque solventar una necesidad insatisfecha de información en un nicho específico. Por eso, y dado que a la fecha no existe en Costa Rica un medio dedicado a promover la conservación vial participativa en el nivel local, se recomienda a las municipalidades de todo el país utilizar el manual de identidad del periódico Red, como un ejemplo para elaborar sus propios instrumentos, adaptándolo a las particularidades de cada territorio. Esto implica partir de

un diagnóstico social, en que se valoren los intereses temáticos de los ciudadanos como actores indispensables para el desarrollo de un cantón.

Aunado a lo anterior, cabe destacar que el periódico impreso ofrece la ventaja de poner la información al alcance de la ciudadanía, en casi cualquier lugar y circunstancia. Otros medios no tienen esa virtud. La prensa digital, por ejemplo, requiere un dispositivo inteligente y conexión a Internet, lo cual conlleva gastos adicionales para los usuarios y, en muchas ocasiones, representa serias limitaciones de acceso, por lo cual su aprovechamiento no es generalizado, tal y como sucede en el territorio de León Cortés. Es por lo anterior, que se recomienda ampliamente utilizar el formato impreso como soporte para productos periodísticos dirigidos a públicos específicos, como en el caso de los comités de caminos de la Zona de Los Santos y de otras regiones del país.

En lo referente a la presentación física del medio impreso, se recomienda procurar un balance entre la cantidad del contenido informativo y el atractivo visual del producto. Para esto nuevamente se aconseja recurrir al ciudadano para preguntarle qué características de forma y fondo debe tener la propuesta mediática para que su contenido le resulte útil, interesante y atractivo. Se debe tener en cuenta que la riqueza de contenido y la estética del medio, permiten satisfacer no solo las expectativas del público objetivo, sino también de atraer lectores bienvenidos y promover la lectura en las nuevas generaciones.

En cuanto al reconocimiento oficial del logotipo propuesto para el periódico Red, y en términos generales de su Manual de identidad, se deben llevar a cabo los respectivos procedimientos ante el Registro de la Propiedad de Costa Rica, de modo que la marca quede oficialmente registrada, con lo que se crea una protección jurídica contra el riesgo de plagio y se previene que terceros utilicen la marca sin autorización. Razón por la cual, se recomienda al gobierno local de León Cortés revisar con prontitud la herramienta propuesta en el Apéndice S del presente proyecto de investigación, ya sea para validarla o bien para indicar posibles modificaciones, de estructura y contenido, que considere necesario realizar antes de presentar la solicitud de inscripción en el Registro Nacional.

Aunado a lo anterior, y tomando en cuenta que la producción de un periódico impreso a todo color en papel de óptima calidad implica una inversión relativamente alta, se recomienda a la Municipalidad de León Cortés validar la escogencia del sistema de impresión de acuerdo con la relación precio-calidad, antes de autorizar el tiraje final del producto. En este sentido, se aconseja realizar una evaluación rigurosa de las características del papel y de la calidad de las tintas, para evitar que se imprima con fuentes de color que manchan o ensucian las manos, lo cual no solo sacrifica la claridad del texto y la belleza de las imágenes, sino que también podría afectar la aceptación del medio y generar el rechazo por parte de los lectores.

A la Escuela de Periodismo de la Universidad Internacional de las Américas se recomienda incluir dentro de la maya curricular de la Licenciatura en Periodismo Social, un curso destinado a explorar diferentes plataformas de dibujo, diseño y diagramación, de fácil uso y acceso, que se encuentren disponibles de forma gratuita para el usuario. Esto por cuanto dichas aplicaciones podrían servirle al futuro profesional que apueste por la creación de un periódico propio, o bien que se desempeñe en un entorno laboral con limitaciones para dotar al comunicador de programas de diseño profesional, que suelen significar una alta inversión económica para las empresas. Ya que en esta investigación se tuvo que recurrir a fortalecer dicho conocimiento, por cuenta propia, para la elaboración de la propuesta del manual.

Finalmente, y dado el alto nivel de exigencia académica y la rigurosidad en los procesos de recopilación de datos primarios aplicados en el desarrollo de la presente investigación, se recomienda a la Unidad Técnica de Gestión Vial de León Cortés aprovechar dichos insumos como fuente de conocimiento para empoderar a las organizaciones comunales mediante la conformación de una red de comités de caminos informados y motivados que ayuden a promover la conservación vial participativa como mecanismo para impulsar el desarrollo del cantón.

CAPÍTULO VI: MANUAL DE IDENTIDAD DEL PERIÓDICO

La propuesta mediática de la Municipalidad de León Cortés busca, en gran medida, promover el hábito de la lectura mediante la difusión de contenidos útiles y atractivos que respondan a las necesidades, gustos y sugerencias de los hombres y mujeres enrolados en comités de caminos. Esto se logra desde el planteamiento del medio, partiendo de una definición de la agenda temática que valore al ciudadano común que se organiza para cambiar las cosas. De este modo se pretende lanzar el primer anzuelo para pescar la atención de los lectores potenciales. Sin embargo, la carnada de ese anzuelo debe ser una mezcla bien pensada entre calidad del contenido y frescura de la presentación, buscando evitar que el periódico termine en el cesto del reciclaje sin siquiera ser leído.

Así, como producto principal de este proyecto de investigación se presenta el Manual de identidad del Periódico Red (Apéndice S), compuesto por 45 páginas a todo color, en que se exponen de manera práctica los resultados de la investigación bibliográfica y el trabajo de campo que se llevaron a cabo a lo largo del proyecto, pero además se resume, en gran medida, el aprendizaje adquirido en los cursos de la Licenciatura en Periodismo Social de la Universidad Internacional de las Américas (UIA).

Estructuralmente, el Manual de identidad del periódico Red está compuesto por cuatro capítulos, cada uno de los cuales se enfoca en un aspecto diferente del perfil propuesto para el medio periodístico impreso de la Municipalidad de León Cortés, que no obstante se complementan y le dan unidad al producto. Estos aspectos comprenden: identidad cultural, identidad visual, identidad verbal e identidad de producto.

En el primer capítulo del manual se definen aspectos propios de la identidad cultural del medio; nombre del periódico, visión, misión, público objetivo, especialización, postura política e ideológica y principios éticos y profesionales. Es así que se inicia mediante la elección de *Red* como nombre distintivo del periódico, por tratarse de una palabra corta y fácil de recordar, que además aporte gran significado en el ámbito municipal, por estar

dirigido precisamente a los hombres y mujeres que impulsan el mejoramiento de la red vial cantonal desde sus comunidades, conformándose a su vez en una red de organizaciones comunales denominada Red de Comités de Caminos de León Cortés. Aunado a lo anterior, en este capítulo se busca presentar el periódico municipal como una plataforma informativa que abra espacios para que los ciudadanos asuman un perfil más significativo en el ámbito público.

El segundo apartado del manual se centra en el aspecto visual del periódico, mediante la creación de un logotipo e isotipo originales, que le ligan a una propuesta periodística dotada de identidad propia. Fiel a su propia filosofía, el manual busca atrapar al lector, marcando un camino de lectura claro, mediante el uso de imágenes y colores distintivos, cargados de significado, que están presentes a lo largo de todo el documento, en un esfuerzo por visibilizar al ciudadano como promotor del crecimiento económico y el desarrollo de las comunidades. Este capítulo además versa sobre aspectos relacionados con el lema oficial propuesto para el medio, así como la tipografía que se recomienda utilizar en las páginas del periódico para que el texto escrito resulte amigable con el lector.

El tercer capítulo del manual se enfoca en la identidad de producto del medio periodístico, esto es: el periódico Red tal y como llegará al lector. Aquí se explica en detalle el tema central de la propuesta, los espacios fijos y las secciones que definieron previamente a partir de la consulta a los líderes comunales que participaron en la investigación. En este apartado además se habla de la identidad de producto al contemplar aspectos tanto estructurarles como tamaño del periódico, tinta de impresión, papel y propiedades, como de contenido; temas de interés, secciones del periódico, entre otros elementos de forma y de fondo que aportan lecturabilidad y legibilidad al periódico impreso.

Finalmente, el cuarto capítulo del manual se enfoca en la identidad verbal del nuevo medio periodístico municipal. Aquí Red se presenta como una plataforma atractiva e innovadora de tratar la información, abrazando la corriente periodística denominada

periodismo lento, de modo que pueda resultarle útil al ciudadano con un alto nivel de organización, experiencia e interés, ofreciéndole contenidos de calidad, contextualizados en lo local, que contribuyan en la toma de decisiones cotidianas relacionadas con gestión vial participativa en el cantón. Si bien el manual no pretende ser exhaustivo en aspectos de redacción, se brindan algunas recomendaciones generales para el uso correcto del lenguaje, la claridad en las ideas, cita de las fuentes e investigación profunda como estrategias de diferenciación.

REFERENCIAS

- Balarezo, B. (2014). La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE. (Tesis). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.
- Barrantes, J. (2014). Análisis de los gustos, preferencias y hábitos de consumo de medios de comunicación de los trabajadores de la construcción en obra en Costa Rica. (Tesis) Universidad de Costa Rica, Costa Rica.
- Burgos, N. (2013). Propuesta de creación de un programa de periodismo económico para Canal UCR. (Tesis). Universidad de Costa Rica, Costa Rica.
- Bustos, M., Constanza, C., Correal, M. & Panqueva, B. (Enero-Abril de 2008). El lenguaje y la comunicación en los procesos organizacionales de la empresa. Revista EAN (62), 141-154.
- Canavilhas, J. (2015). Nuevos medios nuevo ecosistema. Recuperado de <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2015/jul/01.html>
- Carrillo, V. y Nuño, V. (2010). La documentación en la evaluación y gestión de la imagen corporativa. El profesional de la información, v. 19, n. 2, 123-132
- Contraloría General de La República. (2017a). Resumen ejecutivo. Índice de Gestión Municipal resultados del periodo 2016. Recuperado de <https://sites.google.com/cgr.go.cr/igm/resumen-ejecutivo?authuser=0>
- Contraloría General de La República. (2017b). Índice de Gestión Municipal 2016. Recuperado de <https://sites.google.com/cgr.go.cr/igm/generalidades-igm?authuser=0>

Contraloría General de La República (2017c). Resumen por Municipalidad. Recuperado de <https://sites.google.com/cgr.go.cr/igm/resumen-por-municipalidad/san-jos%C3%A9/le%C3%B3n-cort%C3%A9s?authuser=0>

Córdoba, J. y Rodríguez, N. (2014) Estrategia de contenidos periodísticos para la versión digital del Semanario Universidad. (Tesis) Universidad de Costa Rica, Costa Rica.

Crhoy.com. (2017). ¿Cuáles son las mejores y las peores municipalidades del país? Recuperado de <https://www.crhoy.com/nacionales/cuales-son-las-mejores-y-las-peores-municipalidades-del-pais/>

Declaración Universal de Derechos Humanos (1948). Recuperado de <http://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>

Favaro, D. (2008). Planificación de la comunicación en grupos y organizaciones. Recuperado de <http://www.creas.org/recursos/archivosdoc/pubcreas/comorg.pdf>

Fonseca, I., Segura, P. y Vega, I. (2017). Propuesta: Libro de marca para la Municipalidad de León Cortés. Universidad Internacional de las Américas.

Fortunato, M. (2012). La comunicación municipal, todavía enamorada de la piedra. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3858119.pdf>

Garita, W., Rojas, V. y Urbina, S. (2010) Cambio climático. Somos el principio del cambio. Primera Edición. Costa Rica: Norma

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill.

Hincapié, C., Pabón, M., & Preciado, Á. (2009). Los indicadores de medida en la Comunicación Organizacional. Revista Comunicación, 121- 131.

Instituto del Café de Costa Rica (ICAFFE). Guía técnica para el cultivo del café. Segunda Edición. Heredia, Costa Rica, 2013

Instituto de Fomento y Asesoría Municipal. (2016). Código Municipal. IFAM

Kaltner, S. (2013). ¿Qué es una identidad visual? Recuperado de <http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2013/que-es-una-identidad-visual/>

La Gaceta N° 138.(2008). Decreto 34624-MOPT (Reglamento Sobre el Manejo, Normalización y Responsabilidad para la Inversión Pública en la Red Vial Cantonal).

Lema, N. (2000). “¿Cómo nos comunicamos los seres humanos?”. Recuperado de www.fmed.uba.ar/depto/edunutri/anexo_bibliografico2.pdf

López, L. (2015). La comunicación organizacional como ventaja competitiva en la Municipalidad Provincial de Andahuaylas, 2014. (Tesis).Universidad Nacional José María Arguedas, Perú.

Manfredi, J. (2014) Periodismo e innovación: comunicación pública y poder en el gobierno local. Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_actas/042_Manfredi.pdf

Martí, J. (2012). La investigación acción participativa, etapas y fases. Red Cimas. Recuperado de http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/08/m_JMarti_IAPFASES.pdf

Martín, P. y Basagoti, M. (2002) La investigación acción participativa como metodología de mediación e integración socio-comunitaria. Recuperado de

<https://es.scribd.com/document/33551055/La-Investigacion-Accion-Participativa-como-metodologia-Paloma-Bru-Martin>

Martínez, J. (2005). Manual de edición y autoedición. 2ª ed. Madrid, Pirámide

Martínez-Salanova, E. (1998) Aprendizaje, percepción y comunicación. Recuperado de http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0062percepcionaprendizaje.htm#La_percepcion_

Mayan, M. (1991). Una introducción a los métodos cualitativos: Módulo de entrenamiento para estudiantes y profesionales. Qual Institute Press.

Mayorga, M. (2003). Análisis del sistema de comunicación externa de la Ilustre Municipalidad de Ancud y propuesta de una estrategia de comunicación institucional. (Tesis). Universidad Austral de Chile, Chile.

Miralles, A. (2002). Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana. Colombia: Grupo Editorial Norma.

MIDEPLAN. (2009). Plan Estratégico Municipal del cantón de León Cortés.

Montoya, S. (2010). Diseño y ejecución de la propuesta de creación del periódico institucional del colegio canadiense. (Tesis). Corporación Universitaria Lasallista, Colombia.

Moreno, L. (2013). ¿Qué es la identidad visual corporativa y por qué la necesita tu marca? Recuperado de <https://dircomtoma.com/2013/03/28/que-es-la-identidad-visual-corporativa-y-por-que-la-necesita-tu-marca/>

Morghen M. (2015) Diseño y rediseño. Identidad. Recuperado de <http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2015/diseno-y-redisenoidentidad/>

Municipalidad de León Cortés. (2016a). Informe de rendición de cuentas Junta Vial Cantonal 2016. San José, Costa Rica.

Municipalidad de León Cortés. (2016b). Estudio situacional Unidad Técnica de Gestión Vial. San José, Costa Rica.

Municipalidad de León Cortés. (2016c). Plan de conservación, desarrollo y seguridad vial cantonal León Cortés 2017-2021. San José, Costa Rica.

Municipalidad de Naranjo (2012). Periódico de la Municipalidad de Naranjo. Gobierno Municipal Naranjo, 16.

Rojas, N. (2013). Propuesta de revista digital multimedia para la difusión de deportes alternativos. (Tesis). Universidad de Costa Rica, Costa Rica.

Rojas, T. (2014). Periodismo deportivo de calidad. Recuperado de <http://periodismodeportivodecalidad.blogspot.com/2014/05/pautas-esenciales-para-informar-en.html>

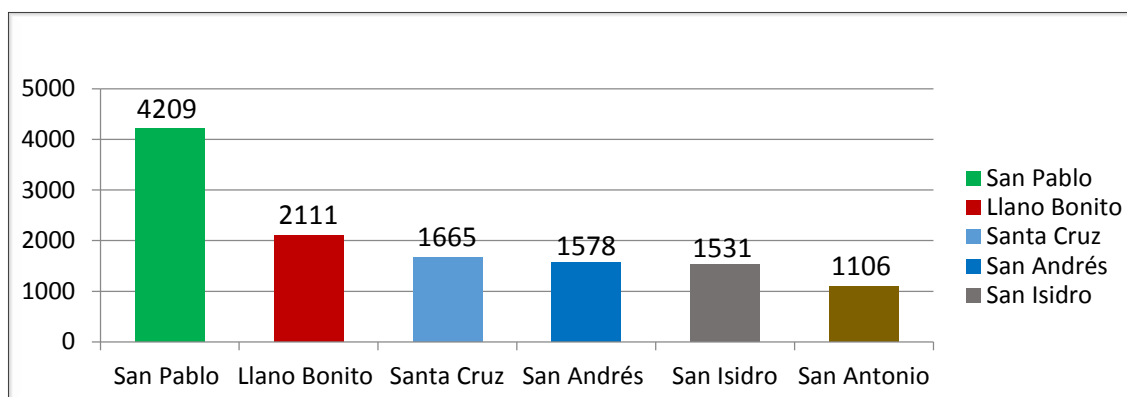
Rojas, W. (2017). Presentación: Imagen corporativa. Conceptos básicos. APUNTES DEL CURSO SEMINARIO DE IMAGEN Y RELACIONES PÚBLICAS. Universidad Internacional de las Américas

Rosique-Cedillo, G; Barranquero-Carretero, A (2015). Periodismo lento (slow journalism) en la era de la inmediatez. Experiencias en Iberoamérica. El profesional de la información. País: Editorial. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.jul.12>

- Túñez, M. (2012). La gestión de la comunicación en las organizaciones. (Edición Electrónica / e-Book). España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- UCLG (2015). El Consejo de Derechos Humanos de la ONU reconoce el rol de los gobiernos locales en la promoción y protección de los Derechos Humanos. Recuperado de <https://www.uclg.org/es/media/noticias/el-consejo-de-derechos-humanos-de-la-onu-reconoce-el-rol-de-los-gobiernos-locales-en>
- U-Cursos. (2010). La percepción y comunicación interpersonal. Recuperado de https://www.u-cursos.cl/ieb/2010/2/0355/303201/material_docente/
- UNESCO (2009). Mensaje del Sr. Koichiro Matsuura, Director General de la UNESCO, con motivo del Día Mundial de la Libertad de Prensa. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001817/181707s.pdf>
- Unesco Etxea. (2011) Comunicar la sostenibilidad. Guía para periodistas - Recuperado de www.unescoetxea.org/dokumentuak/comunicar.pdf
- Unión Nacional de Gobiernos Locales. (2013). Código Municipal Comentado, Ley No. 7794 del 30 de abril de 1998.

APÉNDICES

Apéndice A: León Cortés: población por distrito



Fuente: Municipalidad de León Cortés. Plan de Conservación, Desarrollo y Seguridad Vial Cantonal León Cortés 2017-2021.

Apéndice B : Guía del cuestionario

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y TEMAS DE INTERÉS EN GESTIÓN VIAL

Cuestionario N° _____
 Fecha: ____/____/ 2017
 Comité: _____
 Distrito: _____
 Género del participante _____

Motivación

Estimado líder comunal:

El presente cuestionario busca cumplir con dos objetivos fundamentales:

- Indagar acerca de los temas relacionados con gestión vial que son de mayor interés para los comités de caminos activos del cantón.
- Determinar la percepción que tienen los líderes comunales involucrados en comités de caminos, sobre la comunicación que realiza la Municipalidad de León Cortés en temas de gestión vial.

La información que usted brinde es de carácter **confidencial y reservado**, ya que los resultados se utilizarán exclusivamente para los fines de la investigación.

De antemano agradezco su valiosa colaboración.

Instrucciones generales: A continuación se presentan 20 preguntas, dispuestas por tópicos o temas en 5 bloques. La mayoría de las preguntas se responden marcando con una equis (x) la opción que más se acerque a su modo de pensar. Ninguna respuesta se considera incorrecta. Sin embargo, algunas respuestas requieren una justificación corta, por lo que se incluye una línea o espacio para agregar datos específicos. Trate de llenar todos los espacios de acuerdo con sus propias experiencias, intereses y expectativas. Aunado a lo anterior, varias preguntas incluyen la opción NS/NR, que puede utilizar si no sabe la respuesta o si prefiere no responder. El tiempo aproximado de respuesta es de 10 minutos.

Bloque 1: información personal

1. ¿Cuál es el nivel de educación más alto que ha alcanzado?
 - a) Escuela primaria incompleta
 - b) Escuela primaria completa
 - c) Secundaria incompleta
 - d) Secundaria completa
 - e) Carrera técnica incompleta
 - f) Carrera técnica completa
 - g) Universidad incompleta
 - h) Universidad completa
 - i) Otro. Indique _____
2. ¿Cuál es su grupo de edad?
 - a) 17 años o menos
 - b) De 18 a 35 años
 - c) De 36 a 46 años
 - d) De 47 a 64 años
 - e) 65 años o más
3. ¿Cuántos años de experiencia tiene usted en gestión vial y desarrollo comunal?
 - a) 1 año o menos
 - b) De 2 a 5 años
 - c) De 6 a 10 años
 - d) 11 años o más

Bloque 2: Conocimiento sobre gestión vial participativa

4. ¿Sabe usted qué obra o proyecto vial tiene programada la Municipalidad de León Cortés en beneficio de su comunidad, para este año?
 - a) No
 - b) Sí. Especifique _____
5. Al hablar de gestión vial participativa ¿Cuán informados están los vecinos de su comunidad sobre los deberes de los colindantes con el camino municipal ?
 - a) Muy informados
 - b) Algo informados
 - c) Poco informados
 - d) Desinformados
 - e) NS/NR

6. ¿Con qué frecuencia llama o acude a la Municipalidad de León Cortés para solicitar información relacionada con el camino municipal?
- Casi todos los días
 - Frecuentemente
 - A veces
 - Rara vez
 - Casi nunca
 - Nunca
7. El conocimiento que usted tiene sobre temas de interés y utilidad para el comité de caminos lo adquirió a través de:
- Pizarras o murales de la Municipalidad
 - Rendición anual de cuentas en el distrito
 - Atención personal en la institución
 - Inspecciones en sitio por parte de funcionarios municipales
 - Respuesta a consultas por vía telefónica o escrita
 - Medios de comunicación local (TV Cable, Radio)
 - Publicaciones impresas (volantes, afiches, despegables)
 - Publicaciones en Internet
 - Capacitación en la Municipalidad
 - Otro. Especifique _____
8. En términos generales, su nivel de conocimiento personal sobre temas de interés para el comité de caminos es:
- Suficiente
 - Insuficiente

Bloque 3: Temas de interés sobre gestión vial

9. Como líder comunal ¿Le gustaría compartir con sus vecinos información sobre algún tema específico relacionado con gestión vial?
- No
 - Sí. ¿Qué tema? _____
10. De la siguiente lista, marque con una equis (x) los 5 temas relacionados con gestión vial que le parezcan más interesantes:
- Proyectos en ejecución
 - Atención de emergencias
 - Presupuesto municipal
 - Futuros proyectos
 - Rendición de cuentas
 - Importancia de los comités de caminos
 - Aporte comunal

- h) Trabajo interinstitucional
- i) Gestión ante organismos internacionales
- j) Líderes comunales
- k) Pioneros de la red vial cantonal
- l) Historia de los caminos del cantón
- m) Innovación en temas de vialidad
- n) Leyes y reglamentos
- o) Conservación del ambiente
- p) Accesibilidad
- q) Guía práctica de trámites viales
- r) Otro tema. Especifique _____

Bloque 4: Percepción sobre la comunicación en gestión vial

11. ¿Ha recibido recientemente información oficial de la Unidad Técnica de Gestión Vial que pueda servirle como herramienta para motivar a los vecinos a trabajar en proyectos comunales?
 - a) Sí
 - b) No
12. ¿Qué tan fácil es para los miembros del Comité de Caminos acceder a información de calidad en materia vial?
 - a) Extremadamente fácil
 - b) Muy fácil
 - c) Algo fácil
 - d) No tan fácil
 - e) Nada fácil
 Justifique su respuesta: _____
13. Como vocero del comité de caminos ante su comunidad, tiene usted problemas de acceso a información oficial por parte de la Municipalidad?
 - a) No
 - b) Sí. Por qué _____
14. Considera usted que la cantidad de información que entrega la Municipalidad de León Cortés en temas de gestión vial es:
 - a) Demasiada
 - b) La necesaria
 - c) Poca
 - d) Insuficiente
 - e) NS/NR

15. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones explica mejor su percepción personal con respecto a la labor de divulgación en temas de gestión vial que realiza la Municipalidad de León Cortés?
- a) Es excelente (cumple todas mis expectativas)
 - b) Es buena, pero puede ser mejor
 - c) Es deficiente y debe mejorar
 - d) NS/NR

Bloque 5: Plataformas de información y gusto por la lectura

16. ¿Sabía usted que la Municipalidad de León Cortés tiene un perfil oficial en Facebook donde usted puede leer información útil para los comités de caminos?
- a) Sí
 - b) No
17. ¿Propondría usted un medio diferente para que los comités de caminos de León Cortés puedan leer información relacionada con gestión vial?
- a) No
 - b) Sí ¿De qué tipo? _____
 - c) NS/NR
18. ¿Cuál de las siguientes frases explica mejor su relación con la lectura?
- a) No me gusta nada leer (Fin del cuestionario)
 - b) Me gusta muy poco leer (Fin del cuestionario)
 - c) Me gusta leer de vez en cuando (Fin del cuestionario)
 - d) Me gusta mucho leer
 - e) No puedo vivir sin la lectura
19. Con qué frecuencia acostumbra usted leer?
- a) Nunca (Fin del cuestionario)
 - b) Casi nunca (Fin del cuestionario)
 - c) Rara vez (Fin del cuestionario)
 - d) A veces
 - e) Frecuentemente
 - 1) Casi todos los días
20. ¿Le gustaría (y podría) participar de un taller grupal para definir aspectos de forma y fondo de un periódico impreso dirigido a los comités de caminos del cantón?
- a) No (Fin del cuestionario)
 - b) Sí ¿En qué número telefónico se le podría contactar?
Tel: _____

Fin de cuestionario ¡Muchas gracias por participar!

Apéndice C: Guía de taller participativo

FICHA DE TRABAJO TALLER PARTICIPATIVO

Taller participativo N° _____

Total de participantes: _____

Facilitadora: _____

Fecha: ____/____/2017 Lugar: _____

Motivación

Este taller participativo tiene por finalidad determinar los rasgos que podrían resultar más atractivos para los futuros lectores de un periódico impreso, dirigido a los comités de caminos de León Cortés. La información que cada uno de ustedes brinde es muy valiosa. No hay respuestas correctas ni incorrectas, solamente opiniones que interesan mucho para cumplir el objetivo propuesto. Cuanto más participe y se exprese, mejor será para la dinámica del grupo. Trate de contestar de acuerdo con sus propias experiencias, intereses y expectativas. No importa si sus opiniones son distintas a las del resto, la sinceridad de sus respuestas se considera un valor agregado. Por eso siéntase libre de ser espontáneo, original y auténtico.

ORDEN DEL DÍA		
Inicio	Actividad	Duración
1:10 pm	Bienvenida y motivación por parte de la facilitadora del taller	10 minutos
1:20 pm	Lectura y revisión del orden del día o agenda	5 minutos
1:25 pm	Actividad lúdica de calentamiento: Las sillas locas	10 minutos
1:35 pm	Dinámica 1: Presentación personal mediante un color del escudo de León Cortés.	15 minutos
1:50 pm	Dinámica 2: Elección y análisis grupal de una publicación impresa	20 minutos
2:10 pm	Tiempo de tortulia, café y galletas	20 minutos
2:30 pm	Dinámica 3: Crítica constructiva de una publicación impresa elaborada por la Unidad Técnica de Gestión Vial Municipal.	30 minutos
3:00 pm	Cierre del taller y despedida	10 minutos
Duración total aproximada: 2 horas		

Actividad lúdica de calentamiento: Las sillas locas

Instrucciones generales: En un espacio amplio y libre de obstáculos, el grupo compuesto por 6 participantes se dispone a girar alrededor de 5 sillas colocadas una al lado de la otra. Todos giran al ritmo de una canción y cuando la música se detiene de improviso cada jugador trata de sentarse, de manera que uno de los participantes se quede sin silla. Quien no logre sentarse, se retira del juego y se saca una silla. Así sucesivamente hasta llegar a los dos finalistas que se disputarán el último espacio disponible. Gana quien logre sentarse como un rey en la única silla loca.

Dinámica 1: Presentación personal mediante un color

Los participantes se disponen en fila de acuerdo con el orden de salida definido en la dinámica anterior, en el entendido de que la persona que salió de primero ocupará el último lugar en la fila. En este punto, la facilitadora les presenta una cartuchera con un juego de 6 lápices de color: rojo, azul, amarillo, verde, negro y celeste (los colores presentes en el escudo del cantón de León Cortés). Cada participante, con los ojos cubiertos con un pañuelo, debe escoger un lápiz de color. Si el color elegido no le agrada

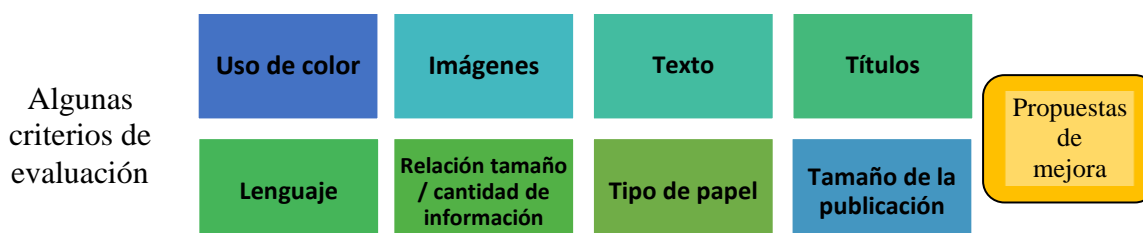


o por algún motivo no le llama la atención, puede meter la mano de nuevo en la cartuchera y cambiar el lápiz una sola vez. Hecho esto, cada participante pasa frente al grupo e indica tres atributos o significados que tiene color, utilizando la frase “Yo soy “, seguida del color seleccionado y la respectiva justificación.

YO SOY	Significado del color		
	Significado 1	Significado 2	Significado 3

Dinámica 2: Lo que me gusta de una publicación impresa

En una mesa hay varias publicaciones impresas, de diferentes contenidos, tamaños y tipos de papel. Al grupo se le solicita que seleccione una de las publicaciones que por su apariencia le resulte agradable o atractiva, ya sea por los colores utilizados, por la textura del papel, por el uso de imágenes o fotografías, por el tamaño de la letra o por cualquier otra característica. Se da un tiempo para justificar la elección y luego el grupo expone los resultados del análisis y la elección. Si se realiza más de un taller, se retira y reemplaza la publicación elegida para evitar que otro grupo de participantes elijan la misma publicación.



Dinámica 3: Crítica constructiva de una publicación impresa

La dinámica consiste en que cada uno de los participantes realice un estudio individual o crítica constructiva de una de las publicaciones realizadas por la Unidad Técnica de Gestión Vial, planteando aspectos positivos y aspectos que se podrían mejorar. Para ello cada participante utiliza los criterios de la dinámica anterior, para analizar y luego exponer los resultados de su análisis frente al grupo.

Publicación: Afiche: Ejecución de proyectos Unidad Técnica de Gestión Vial León Cortés (2011).

Apéndice E: Respuestas sobre conocimiento en gestión vial

	4		5				6					7								8													
	Proyecto		Deberes				Solicita info					Fuentes de información								Nivel													
	No sabe	Sí sabe	Muy informados	Algo informados	Poco informados	Desinformados	NS/NR	Casi todos los días	Frecuentemente	A veces	Rara vez	Casi Nunca	Nunca	Pizarras o murales	Rendición cuentas	Atención personal	Inspecciones	Tel o carta	TV Cable, radio	Public impresas	Internet	capacitación	Otro	Suficiente	Insuficiente								
1		1				1		1							1	1	1						1	Promesas de campaña	4	1							
2	1			1					1						1	1	1	1		1			1			6	1						
3		1			1								1			1	1				1	1				5	1						
4	1			1					1							1	1	1					1			4	1						
5	1					1			1						1	1	1				1	1	1		Reuniones en la Munic	6	1						
6		1				1					1					1	1				1	1				4	1						
7	1			1					1						1		1									2	1						
8	1						1										1									1	1						
9		1				1							1		1	1	1	1								4	1						
10		1		1								1				1							1	Informes Junta Vial	2	1							
11	1				1				1						1					1				1	Municipalidad Tarrazú	3	1						
12		1							1							1	1		1	1	1	1				5	1						
13	1				1				1						1	1	1	1	1	1	1	1				7	1						
14	1					1				1						1											1	1					
15	1					1					1					1	1	1				1				4	1						
16		1				1					1				1	1	1	1									4	1					
17		1				1							1					1									2	1					
18	1			1									1				1										1	1					
19	1					1					1				1	1											2	1					
20		1				1			1						1					1							1	1					
21		1				1				1					1	1						1					3	1					
22		1				1							1			1											1	1					
23	1					1									1	1	1										3	1					
24	1					1							1		1	1	1	1	1	1	1	1	1				9	1					
25	1					1					1					1	1										2	1					
26	1					1				1						1				1					Facebook del alcalde	2	1						
27	1					1				1						1	1										2	1					
28		1						1							1	1	1										3	1					
29	1					1				1					1	1	1	1		1	1						6	1					
30	1					1							1		1	1	1	1		1	1	1					6	1					
31		1				1					1				1	1	1										3	1					
32	1					1				1						1											1	1					
33		1				1				1						1	1	1		1	1	1	1		Reuniones en la Munic	7	1						
34		1				1					1					1	1	1		1	1						5	1					
35	1					1				1					1	1	1	1		1	1						6	1					
36	1					1					1					1	1	1									3	1					
37	1					1					1					1						1					2	1					
38	1					1				1						1	1			1							3	1					
39	1					1					1					1	1					1					3	1					
40		1				1							1		1	1	1	1		1	1	1					7	1					
41	1					1							1			1									Concejo Municipal		1						
42	1					1									1	1						1					1	1					
43	1					1										1					1						1	1					
44	1												1			1											1	1					
45	1					1					1					1	1		1	1	1						2	1					
46	1									1						1	1	1		1							1	1					
47	1								1							1	1										1	1					
48		1							1							1	1										1	1					
49	1												1			1	1										1	1					
50	1								1							1	1				1						3	1					
T	33	17				0	50	5	21	16	8	0	50	2	14	10	12	7	5	50	7	13	43	32	26	2	15	9	20	5	10	40	50

Apéndice F: Respuestas sobre plataformas de información

16			17		
Facebook			Medio diferente		
	Sí	No	No	Sí	NS/ NR
1		1	1		
2		1	1		
3		1	1		
4	1		1		
5		1	1		
6		1	1		
7		1	1		
8		1	1		
9		1	1		
10	1		1		
11		1	1		
12		1	1		
13	1		1		
14		1	1		
15	1		1		
16		1	1		
17	1		1		
18		1	1		
19	1		1		
20	1		1		
21		1	1		
22	1		1		
23	1		1		
24	1		1		
25	1		1		
26		1	1		
27		1	1		
28		1	1		
29		1	1		
30		1	1		
31		1	1		
32	1		1		
33	1		1		
34	1		1		
35	1		1		
36	1		1		
37	1		1		
38	1		1		
39	1		1		
40	1		1		
41	1		1		
42	1		1		
43	1		1		
44		1	1		
45	1		1		
46		1	1		
47		1	1		
48		1	1		
49	1		1		
50	1	0	1	0	
T	26	24	13	31	6

Apéndice H: Sistematización variable: Percepción

11		12				13		14				15						
Info		Acceso a información				problemas de acceso		cantidad				Percepción						
SI	No	Extremadam. fácil	Muy fácil	Algo fácil	No tan fácil	Nada fácil	No	SI	Demasiada	La necesaria	Poca	Insuficiente	NS/NR	Excelente	Buena, puede mejorar	Deficiente	NS/NR	
1	1						1	1										
2	1		1					1		1					1			
3	1			1				1			1					1		
4	1			1				1		1					1			
5	1			1				1		1			1				1	
6	1			1				1			1				1			
7	1				1			1				1			1			
8	1			1				1		1					1			
9	1				1			1		1					1			
10	1				1			1		1					1			
11	1		1					1				1		1				
12	1			1				1		1					1			
13	1			1				1			1				1			
14	1				1			1			1				1			
15	1		1					1		1					1			
16	1				1			1			1				1			
17	1		1					1		1					1			
18	1		1					1			1						1	
19	1			1				1			1					1		
20	1		1					1			1				1			
21	1		1					1			1				1			
22	1		1					1			1				1			
23	1			1				1		1					1			
24	1		1					1		1					1			
25	1			1				1		1					1			
26	1			1				1			1				1			
27	1				1			1			1				1			
28	1				1			1			1				1			
29	1			1				1			1				1			
30	1		1					1			1				1			
31	1				1			1			1				1			
32	1		1					1			1				1			
33	1				1			1		1					1			
34	1		1					1			1				1			
35	1			1				1			1				1			
36	1				1			1			1				1			
37	1			1				1			1				1			
38	1				1			1			1				1			
39	1				1			1			1				1			
40	1			1				1			1				1			
41	1				1			1			1				1			
42	1			1				1			1				1			
43	1			1				1			1				1			
44	1				1			1			1				1			
45	1				1			1			1				1			
46	1				1			1			1				1			
47	1				1			1			1				1			
48	1				1			1			1				1			
49	1				1			1			1				1			
50	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	
T	16	34	50	3	17	15	14	1	50	33	17	50	0	16	25	7	2	50

Apéndice I: Sistematización variable: Temas de interés

9			10																			
Propuesta de tema de interés			Selección de temas más interesantes																			
No	Sí		Proyectos ejecución	Atención emergencias	Presupuesto munic	futuros proyectos	rendición de cuentas	Importancia comités	Aporte comunal	Trabajo interistituc.	Organismos inter.	Líderes comunales	Pioneros d red vial	Historia de caminos	Innovación vialidad	Leyes y reglamentos	Cons. ambiental	Accesibilidad	Guía de trámites	Otro tema		
1		1	Aporte comunal																			
2	1				1	1	1										1				1	
3		1	Proyectos destinados por comunidad						1		1						1			1	1	Importancia
4		1	Trámites que podríamos realizar para mejorar el camino	1	1				1					1	1							
5		1	Explicar con qué criterios asignan los presupuestos y proyectos						1		1						1			1	1	Explicar
6		1	Proyectos para la comunidad			1		1				1					1					
7		1	Actividades que realiza la Muni en el camino		1		1	1			1							1				
8		1	Importancia de mantener limpias las ramplias de las fincas	1	1	1		1			1											
9		1	Presupuesto para la comunidad	1	1	1	1	1														
10		1	Importancia de los caminos	1	1	1			1												1	
11		1	Información oficial sobre los proyectos a realizar	1	1		1	1										1				
12		1	Proyectos específicos para la comunidad	1	1		1	1			1											
13		1	Futuros proyectos para mi comunidad								1						1	1			1	
14		1	Derechos de vía porque los vecinos ya casi se comieron el camino				1		1					1	1	1						
15		1	Cualquier información que uno pueda usar para defender a la	1		1		1	1		1											
16		1	Para evitar que la gente se desepere, hay que informar las			1	1	1									1	1				
17	1			1	1		1										1				1	
18	1			1	1		1	1			1		1									
19	1			1	1		1				1							1				
20		1	Obligaciones de las peersonas, de velar por el buen estado del	1			1	1			1							1				
21		1	Plan quinquenal /presupuesto/ Planificación	1			1	1			1							1				
22		1	Charlas sobre atención de emergencias			1	1						1	1	1							
23		1	El rol de la mujer en la gestión vial: "Sería bueno que la comunidad sepa lo que hacemos. Nosotros trabajamos mucho.			1		1			1							1			1	
24		1	Cualquier tema es importante					1	1				1	1				1				
25		1	Poyectos de interés	1			1	1													1	
26		1	Cómo solicitar proyectos	1		1		1										1			1	
27		1	Riesgos de accidentes en carretera			1		1													1	1
28		1	Todo lo relacionado con mantenimiento del camino			1	1	1			1	1					1					Seguiridad
29	1					1	1	1									1				1	
30		1	Partidas específicas para la comunidad				1		1		1							1			1	
31	1			1	1				1									1			1	
32		1	Deberes y derechos de los usuarios del camino		1					1								1	1		1	
33		1	Planificación y programación de obras	1	1				1									1	1			
34		1	Estado de los caminos hacia mi comunidad	1	1		1											1	1			
35		1	Tramite de caminos públicos				1		1	1								1			1	
36		1	Estado del camino y qué hay que hacer para arreglarlo.	1	1		1													1	1	
37		1	Proyectos en beneficio de mi comunidad	1	1			1										1			1	
38		1	Qué podemos hacer los vecinos para mejorar la comunidad		1		1	1			1								1			
39		1	El deber de los propietarios de recibir las aguas	1			1		1						1	1						
40		1	Motivación comunal, para que todos trabajemos por el		1			1			1							1	1			
41		1	Inclusión de las mujeres en proyectos viales	1			1	1											1			
42		1	Gestión de cuadrillas ante el Ministerio de Trabajo	1					1	1		1								1		
43		1	Oportunidad de trabajo para mujeres en proyectos del camino						1		1	1							1		1	
44		1	Relación de los caminos yel turismo						1						1			1	1	1		
45		1	Proyectos a realizar por distrito			1			1		1									1		
46		1	Invasión del camino para sembrar café					1	1		1						1	1				
47		1	Derechos de los pobladores a tener un buen camino y que				1		1	1		1									1	
48		1	Todo lo que trata con la ley de aguas				1		1				1	1			1					
49		1	Capacitación a los comités de caminos en el uso de las nuevas		1		1		1					1								
50	0	1	Programación de proyectos por distrito, lista de trabajos a	1			1		1	1											1	
T	6	44		50	23	16	14	24	19	20	22	1	5	17	5	7	4	15	30	4	21	3

Apéndice J: Representación gráfica sobre fuentes de información en gestión vial

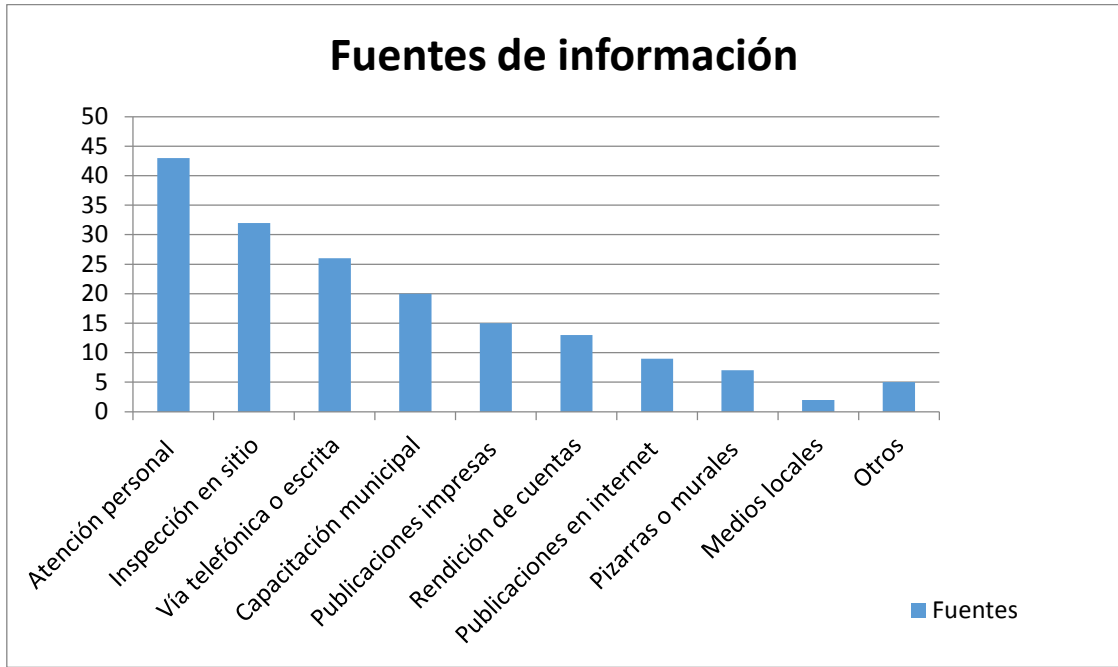


Gráfico 2. Participantes por fuentes de conocimiento

Apéndice K: Representación gráfica sobre temas de interés en gestión vial

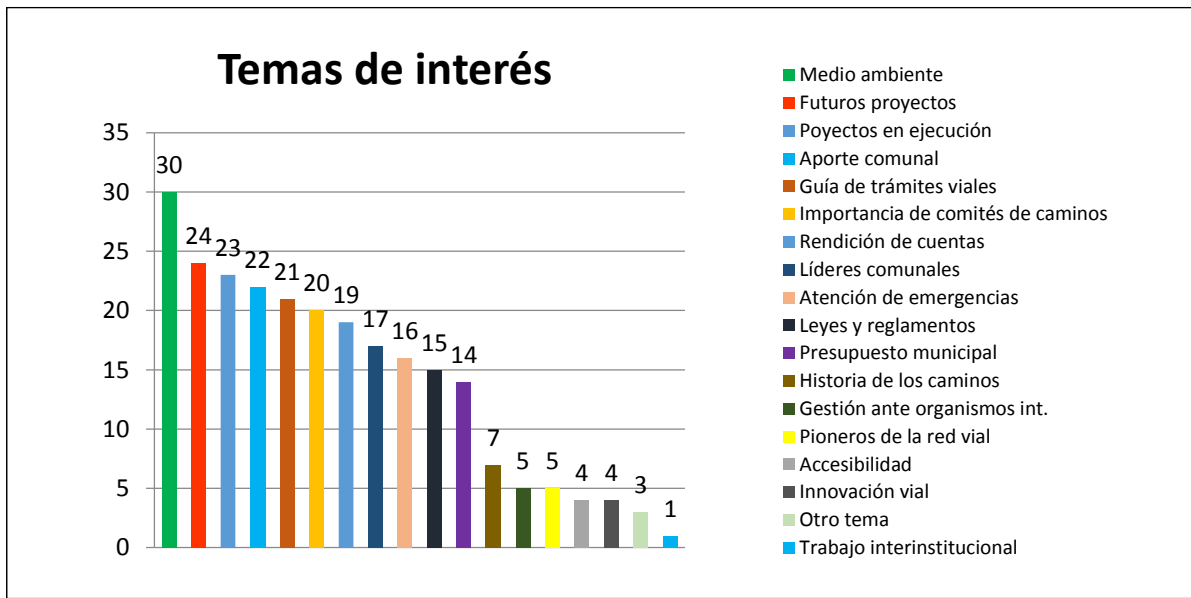


Gráfico 3. Participantes por temas de interés en gestión vial

Apéndice L: Respuestas sobre significado del color

Dinámica 1: Presentación personal mediante un color del escudo de León Cortés.

Respuestas: Taller 1. Lunes 16 de octubre 2017

YO SOY	Significado del color		
	Significado 1	Significado 2	Significado 3
	Vida	Amor	Sangre
	Confianza	Tranquilidad	NS/ NR
	Natural	Refrescante	Esperanza
	Poder	Sobriedad	Elegancia
	Alegría	Optimismo	Diversión
	Prosperidad	El cielo	N/S/ NR

Respuestas Taller 2. Martes 17 de octubre 2017

YO SOY	Significado del color		
	Significado 1	Significado 2	Significado 3
	Pasión	Amor	Vida
	Tranquilidad	Frescura	Serenidad
	Naturaleza	Armonía	NS/ NR
	Fuerza	Misterio	NS/NR
	La buena suerte	Felicidad	Alegría
	Sinceridad	Progreso	Lo divino

Apéndice M: Respuestas sobre características atractivas de una publicación

Dinámica 2: Lo que me gusta de una publicación impresa

Resumen exposición grupal: Taller 1:

Publicación elegida: Guía técnica para el cultivo del café. Segunda Edición. Instituto del Café de Costa Rica (ICAFE). Heredia, Costa Rica, 2013

Imágenes: Cuenta con muchas fotografías a color, de buen tamaño, que ilustran y sirven de ejemplo de lo que dice el libro.

Títulos: los títulos están escritos en letras de tamaño extra grande, en color rojo como los granos de café, por lo que son muy atractivos y fáciles de leer.

Texto: Considerando que el libro tiene 64 páginas, no se hace muy pesado ni difícil de leer, porque los textos tienen la letra muy grande y clara, y en realidad no tienen mucho texto en una sola página. No parece para nada aburrido.

Lenguaje: El lenguaje utilizado es bastante sencillo, se lee y se entiende muy fácilmente. Cuando viene algún término difícil de entender, se explica en seguida su significado. Parece un libro muy útil y práctico, en especial para los agricultores y la gente de León Cortés que trabaja y vive del café, que es la mayoría.

Otros criterios sobre la publicación: El uso de color es muy bueno, las imágenes y los títulos están llenas de vida gracias al color que está presente en la mayoría de las páginas. El papel utilizado es de una buena calidad, parece duradero, porque las hojas no se rompen fácilmente. Eso es muy importante si se quiere guardar el librito para futuras consultas, y de hecho creemos que esa es la idea del que lo hizo.

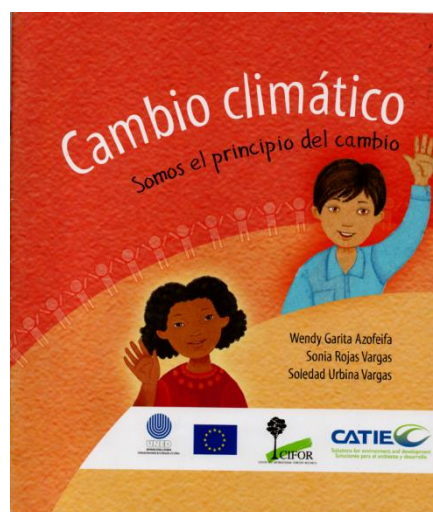
Resumen exposición grupal: Taller 2:

Publicación elegida: Cambio climático. Somos el principio del cambio. Garita, W., Rojas, V. y Urbina, S. Primera Edición. Uned: Costa Rica, 2010

Imágenes: Las imágenes y los dibujos atraen mucho la atención, porque cuentan con un gran tamaño y colorido, por lo que son muy agradables a la vista. También las imágenes son atractivas porque tienen buena presentación y se entienden fácilmente, al punto que más bien ayudan a explicar lo que dice el texto. Por ejemplo, viene el dibujo de un sol sudando de calor, con la lengua afuera, para hablar del calentamiento global. Aunque ese es un tema difícil y muy serio, se entiende fácilmente por la ilustración.

Texto: El tamaño del texto es adecuado, porque no es mucho, y las letras son grandes. Todo está organizado por secciones, lo que da un buen aspecto y ganas de leer.

Títulos: Su mensaje es breve, de fácil comprensión y facilitan mucho la lectura de los textos, porque resumen en pocas palabras lo que dice toda una página. Los títulos son precisos, se muestran con gran atractivo por el uso de



distintos tipos de letras y colores.

Lenguaje: El lenguaje es sencillo, ameno, se entiende con facilidad, es claro y de vocabulario conocido. Se puede entender y comprender con gran facilidad por todas las personas de distintas edades, aunque al parecer está hecho para niños de escuela, también a los adultos les resulta interesante de leer.

Otros criterios sobre la publicación: El tamaño de la publicación es el adecuado, la relación entre el tamaño y la cantidad de información es correcta. El tipo de papel utilizado es de muy alta calidad, no se rompe con facilidad y además tiene un tono algo brillante, que lo hace ver muy bonito. No es un libro que uno quiera votar a la basura, nos daría lástima mandarlo al reciclaje, porque está muy bien presentado y se podría utilizar para hacer tareas de la escuela o para entender temas de medio ambiente

Apéndice N: Respuestas sobre uso de imágenes

Respuestas por participantes del taller 1 y 2, de acuerdo con los resultados de la exposición individual, que fueron transcritos y sistematizados por criterios del siguiente modo:

Criterio 1: Imágenes

Participante 1: Las imágenes deberían ser más grandes.

Participante 2: Cuenta con muchas imágenes y muy pequeñas.

Participante 3: Son suficientes y de un tamaño agradable a la vista.

- Participante 4:** Las imágenes podrían ser menos y de mayor tamaño.
Participante 5: Demasiadas imágenes en poco espacio, son muy pequeñas.
Participante 6: Son suficientes y de buen tamaño.
Participante 7: Se podría acomodar diferente en el documento para mejorar su visión.
Participante 8: Podrían ser menos y más grandes, se ve muy cargado
Participante 9: El tamaño de las imágenes es muy pequeño
Participante 10: Las imágenes podrían ser más grandes
Participante 11: Demasiadas imágenes en poco espacio.
Participante 12: Son suficientes y de buen tamaño.

Apéndice O: Respuestas sobre uso de textos

Respuestas por participantes del taller 1 y 2, de acuerdo con los resultados de la exposición individual, que fueron transcritos y sistematizados por criterios del siguiente modo:

Criterio 2: Textos

- Participante 1:** La letra debe ser más grande
Participante 2: El número y tamaño de los textos es adecuado
Participante 3: Son fáciles de leer y están accesibles
Participante 4: Los textos deberían ser más pequeños, con ideas más claras.
Participante 5: El número y tamaño de los textos es adecuado
Participante 6: Son fáciles de leer y se encuentra bien organizado por secciones.
Participante 7: Demasiada información en poco espacio.
Participante 8: Contiene mucha información para el tamaño de la publicación
Participante 9: Podrían tener más colores y la letra más grande
Participante 10: Podrían tener letra más grande y menos texto
Participante 11: Podrían tener la letra más grande
Participante 12: Podrían tener menos texto y la letra más grande

Apéndice P: Respuestas sobre uso de títulos

Respuestas por participantes del taller 1 y 2, de acuerdo con los resultados de la exposición individual, que fueron transcritos y sistematizados por criterios del siguiente modo:

Criterio 3: Títulos

- Participante 1:** El tamaño es el correcto, son llamativos y atractivos.
Participante 2: El tamaño y color está bien
Participante 3: El tamaño y color es agradable
Participante 4: Son claros y concisos
Participante 5: Se ven con claridad
Participante 6: Son muy precisos, la idea se expresa bien
Participante 7: Podrían tener colores más impactantes
Participante 8: Podrían tener la letra más grande
Participante 9: Se ven con claridad y se leen fácilmente
Participante 10: Podrían tener la letra más grande
Participante 11: Podrían tener menos texto
Participante 12: No son muy llamativos en lo que dicen

Apéndice Q: Respuestas sobre uso del lenguaje

Criterio 4: Lenguaje

Participante 1: Deberían de aclarar más algunos términos

Participante 2: Es sencillo y conciso

Participante 3: Es fácil de leer y se puede comprender fácilmente.

Participante 4: Utiliza vocabulario conocido pero parece aburrido

Participante 5: Hay alguna palabras difíciles de entender

Participante 6: No es muy ameno

Participante 7: No es muy claro, no está escrito para gente de pueblo

Participante 8: Es muy formal para mi gusto

Participante 9: Se entiende bien, pero ni yo mismo leería tanto

Participante 10: Se comprende pero no resume todo en pocas palabras

Participante 11: Debería incluir resúmenes de lo más importante

Participante 12: Muy serio, parece aburrido, no llama la atención de la personas

Apéndice R: Propuesta de implementación

PERIÓDICO RED: PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN			
Semanas 1 a 12 (8 de diciembre del 2017 a 2 de marzo del 2018)			
Semana	Fecha límite	Actividad	Acciones necesarias
1	8/12 2017	Manual de Identidad	1. Presentación del Manual de Identidad del periódico Red ante Junta Vial y Concejo Municipal para su aprobación
2	15/12/2017	Contenido del periódico	2. Búsqueda y recopilación de información para redactar el Informe Anual de Rendición de cuentas de Junta Vial a la ciudadanía
3	22/12/2017		3. Búsqueda y recopilación de información para desarrollar y completar cada sección del periódico
4	05/01/2018	Dummy	4. Elaboración de propuesta de la estructura del periódico (Dummy: 16 páginas)
5	12/01/2018		5. Presentación del Dummy del periódico ante Junta Vial para su aprobación.
6	19/01/2018	Edición cero	6. Integración del contenido (rendición de cuentas y secciones) al Dummy para crear el primer borrador del periódico o edición cero
7	26/01/2018		7. Presentación de la edición cero ante Junta Vial y Concejo Municipal para su aprobación
			8. Cierre de edición y apertura del concurso externo para realizar el diseño gráfico, la diagramación y la impresión del periódico
8	02/02/2018	Edición 1	9. Revisión del arte, corrección de estilo y prueba de impresión
9	09/02/2018		10. Proceso de impresión y entrega de la publicación a la Municipalidad
10	16/02/2018		11. Presentación de la edición 1 ante Junta Vial y Concejo Municipal
11	23/02/2018		12. Presentación y distribución de la edición 1 del periódico Red ante los comités de caminos de todo el cantón
12	02/03/2018		

Apéndice S: Manual de identidad Periódico Red