

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

VICERRECTORÍA ACADÉMICA

ESCUELA DE PERIODISMO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTAR UN
MEDIO DE COMUNICACIÓN ESCRITO CON ÉNFASIS EN
PERIODISMO SOCIAL PARA EL CANTÓN RÍO CUARTO
DE ALAJUELA**

TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIATURA EN PERIODISMO SOCIAL

IRVING VEGA BALTODANO

TUTOR: JOSÉ LUIS MORA ROJAS

**SEDE ARANJUEZ
MES 12, AÑO 2018**

Dedicatoria

La Honra y la Gloria deben ser en primer lugar para Dios Padre Todopoderoso y gracia de permitirme finalizar una meta, un sueño tan anhelado de años, por la cual he luchado con dignidad, esfuerzo y esmero, meta que me llena de orgullo.

También dedico este trabajo a mi madre, Amelia Baltodano Arias, quien se ha puesto todas sus oraciones en que me gradúe como Licenciado, quien además de regalarme el don de la vida, me ha enseñado a luchar por lo que realmente quiero. Para ella este logro.

A mi tía Patricia Baltodano Arias, quien siempre me tendió una mano para que nada me faltara en mis días más complicados de universidad, y con ahínco y amor me impulsó a seguir adelante, y junto a ella, mi tía Geovanna Huertas Baltodano, quien siempre me apoyó de la manera que fuera, nunca me dejó claudicar y siempre estuvo ahí para mí.

Una dedicatoria muy especial con mucho cariño para Scarlett Corea Aguilar, quien fue la persona que me acompañó en los momentos más difíciles y duros de carrera, me motivó, siempre estuvo conmigo durante los dos años cursados de esta licenciatura, me impulsó, siempre creyó en mí y llegó a sentirse orgullosa de mis logros. Para ella, esta tesis. Sin su apoyo incondicional no lo hubiera logrado.

Mis hermanos y hermana, mis familiares, a mis amigos, mis compañeros de universidad, que siempre creyeron en mí y me tendieron su mano de apoyo y aliento.

Por último, no pueden faltar mis abuelos, Marta Arias Solís y Javier Baltodano Arias. Ellos, desde el cielo, hoy ven forjada mi meta, y fueron quienes inspiraron mi cometido.

Agradecimiento

De nuevo agradecer a Dios por todas sus bondades y su gracia misericordiosa para conmigo.

A mis profesores, incluyendo a don Odith Bolandi por toda la ayuda que me brindó durante tanto tiempo, al profesor José Luis Mora por creer en mí desde que era solo un inicial estudiante, él publicó mi primer reportaje periodístico en un medio de comunicación. Agradecer a mis compañeros de clase que siempre me apoyaron en esta etapa final.

Contenido

Tribunal examinador	1
Código de ética	2
Dedicatoria	3
Agradecimiento	4
Carta-del-tutor	5
Carta-del-lector	6
Carta-del-director-de-carrera	7
Carta del filólogo	8
Declaración Jurada	9
Solicitud de defensa	10
Cédula de identidad del estudiante	11
Contenido	12
Tablas	14
Figuras	15
Resumen Ejecutivo	16
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	17
Planteamiento del Problema	20
Objetivos	23
Objetivo General	23
Objetivos específicos	23
Justificación	23
Antecedentes	26
Proyecciones	38
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO O MARCO DE REFERENCIA	41
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	58
Enfoque	58
Diseño/Método	59
Muestra de la Investigación	64
VARIABLES o Unidades de Análisis	68
Instrumentos	68

	13
Proceso para la recolección de datos	74
Método de análisis	81
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	83
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	95
CAPÍTULO VI: PROPUESTA	99
Referencias	114
Apéndices	124

Tablas

T1. Ecuación de la muestra	66
T.2 Variables de la investigación	67
T.3. Lista de representantes de sectores comunales entrevistados	72
T.4. Unidades y categorías de análisis	83
T.5. Foliaje del Periódico El Emprendedor	108
T.6. Recursos humanos requerido por año	110
T.7 Recursos materiales requeridos por año	112
T.8 Recurso financiero	113
T.9 Presupuesto total	113

Figuras

F.1. Río Cuarto. Límite distrital en base a la división administrativa oficial sobre el mapa topográfico del Instituto Geográfico Nacional	79
F.2. Río Cuarto. Río Cuarto. Límite distrital en base a la división administrativa oficial sobre el mapa topográfico del Instituto Geográfico Nacional.	80
F.3. ¿Considera importante que exista un periódico local que informe de noticias ocurridas en Río Cuarto?	87
F.4. ¿Apoyaría la iniciativa de que se establezca un periódico en Río Cuarto?	87
F.5. ¿Conoce de algún medio escrito (periódico) de circulación local (Río Cuarto) o regional (Zona Norte) en el que puede leer constantemente noticias solo del cantón Río Cuarto?	89
F.6. ¿Cree que un periódico local puede servir como herramienta para ayudar, mediante la participación ciudadana, a dar a conocer las necesidades de la comunidad en búsqueda de soluciones?	91
F.7. ¿Cree que la opinión de la comunidad, conocida a través de un periódico informativo, sea escuchada por las autoridades o instituciones competentes en la búsqueda de soluciones y en el desarrollo del cantón?	93
F.8. Logo periódico El Vocero	107
F.9. Portada periódico El Vocero	106

Resumen Ejecutivo

El objetivo de esta investigación es estudiar la factibilidad de implementar un medio de comunicación escrito con énfasis en Periodismo Social para el cantón Río Cuarto de Alajuela, además de determinar las necesidades de divulgación de noticias en dicha localidad, conocer los flujos de comunicación que utiliza la comunidad para informarse del acontecer local y saber la opinión comunal sobre el establecimiento de un medio de comunicación. Una vez realizado la investigación se comprobó que es factible la creación y establecimiento de un medio de comunicación.

Como parte del proceso se determinó que en el cantón no existen medios informativos propios de la comunidad, en los que se genera contenidos informativos y mucho menos que los habitantes sientan empatía con este.

Se conoce también que existen muchas informaciones relevantes que deben ser expuestas y divulgadas, sin embargo, los métodos de comunicarlas son informales, sin un tratamiento adecuado y que además no llegan a toda la población.

En este trabajo queda demostrada la necesidad que tiene el cantón de tener un medio de comunicación local, y el apoyo que la población daría el informativo, pues lo consideran de suma importancia para el fortalecimiento y desarrollo de la comunidad.

Por último, en sus conclusiones y recomendaciones, se detalla que en efecto es imperante la creación de un medio de comunicación, en este caso periódico, por lo que la recomendación final es establecer la iniciativa y darle vida al medio impreso.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Esta propuesta, denominada Estudio de factibilidad para implementar un medio de Comunicación Escrito con énfasis en Periodismo Social para el cantón Río Cuarto de Alajuela, forma parte de los requisitos necesarios para obtener el grado de Licenciatura en Periodismo Social otorgado por la Universidad Internacional de las Américas (U.I.A).

Aquí se presenta la definición y el análisis del proceso de creación y establecimiento de un medio de comunicación comunitario (periódico) con énfasis en Periodismo Social, además de la descripción de los conceptos de medio de comunicación comunitario, periódico y periodismo social, para generar una idea de lo que será el medio de comunicación aquí planteado.

La iniciativa propone su funcionamiento en una región geográfica en donde se carece por completo de una opción informativa local, sea radio, televisión, prensa o digital, con cobertura específica en el territorio que comprende el nuevo cantón Río Cuarto, perteneciente a la provincia de Alajuela.

Contiene los procedimientos para desarrollar el proyecto, cómo conformar el medio de comunicación, el estudio de mercadeo, el plan de negocios y su manual de estilo, junto con un análisis del entorno que permitan determinar su viabilidad. Pretende, además, conocer el sentir comunal ante la posibilidad de que en su lugar de residencia exista un medio de comunicación mediante el cual se pueda acceder a información propia de su localidad.

Se conoce también como la comunicación es importante para el desarrollo de las poblaciones, pues ayudar a democratizar la información es colaborar con impulso del bienestar social, educar a la población en cuanto a la generación de criterio y opinión, dar voz a quienes no la tienen y visibilizar sectores invisibilizados de la sociedad mediante la alfabetización mediática, entendida como un aprendizaje en y con los medios de comunicación (Blanco, 2015, p.1).

Este trabajo presenta una visión de la importancia de los medios de comunicación comunales como modelos de información ciudadana, democratización y aprendizaje social.

Delimitación del objeto de estudio

Río Cuarto es un territorio ubicado en la Región Huetar Norte de Costa Rica y que el 20 de mayo de 2017 dejó de ser distrito perteneciente al cantón de Grecia, Alajuela. Hoy es el cantón número 16 de esta provincia y el número 82 de Costa Rica, tras firmarse la Ley N° 9440 (2017), por parte del entonces Presidente de la República, Luis Guillermo Solís Rivera.

Este territorio, ubicado a unos 74 kilómetros de San José, consta de 254,2 kilómetros cuadrados y su extensión geográfica se distribuye de sur a norte. De acuerdo con datos del V Informe sobre Índice de Desarrollo Social del Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica [MIDEPLAN], (2017), Río Cuarto presentaba una población de 14.478 habitantes al 2016 (p. 65).

De acuerdo con el Censo Nacional (2011) citado por Cambroner (2017):

Es una comunidad con su mayoría de calle en lastre, posee solo una escuela y un colegio, un pequeño parque, un ebais, una iglesia católica, un redondel de toros y una cancha de fútbol. Sus principales actividades económicas son agropecuarias, distribuidas en ganadería, engorde de cerdos, siembra de piña y hortalizas. Se localiza al norte del Volcán Poás, limita al norte y al oeste con el cantón de San Carlos, al este con el cantón de Sarapiquí y al sur con los cantones de Alajuela y Valverde Vega (párr. 3, 9).

Este nuevo cantón está compuesto por 33 poblados que son: Río Cuarto, Ángeles Norte, Bolaños, Bosque Alegre, Caño Negro, El Carmen, Carrizal, Colonia del Toro, Crucero, La Flor, Hule, La Trinidad, Laguna, Los Lagos, La Merced, Montelirio, Naranjales, Palmar, Palmera, Pata de Gallo, Peoresnada, El Pinar, Pueblo Nuevo, San Fernando, San Gerardo (parte), San Jorge, San José, San Rafael, San Vicente, Santa Isabel, Santa Rita, La Tabla y La Victoria (Casa Presidencial, 2017, párr. 7).

Su composición política y administrativa territorial está aún por definir. Las elecciones municipales para la elección de alcalde y Concejo Municipal, así como la conformación del gobierno local están pactadas para el año 2020. La distribución administrativa territorial (distritos), se conocerá seis meses después de las elecciones presidenciales del país.

En cuanto a su desarrollo social, Río Cuarto ocupa la posición 434 de entre los 482 distritos del país, catalogándose con un nivel muy bajo en desarrollo social. Hay que tomar en cuenta que cuando se realizó el estudio, Río Cuarto aún tenía categoría de distrito [MIDEPLAN] (2017, p. 65).

Así mismo, el Gobierno Central incluyó a Río Cuarto entre los 75 distritos más pobres a nivel nacional. Casi 5.000 personas del total de sus habitantes tienen al menos una necesidad básica insatisfecha (acceso a vivienda, salud, canasta básica, etcétera), unos 3.395 están por debajo de la línea de pobreza y 263 personas en pobreza extrema (Cambronero, 2017, párr. 21, 22).

En cuanto a medios de comunicación locales, hasta el momento se desconoce de la circulación o emisión de alguno, lo que provoca una desinformación total de sus ciudadanos en cuanto al acontecer local respecta, sus problemáticas y posibles soluciones relacionadas a su desarrollo social, económico, cultural y productivo.

De distrito a cantón

En primera instancia, se estudia la zona geográfica específica para el establecimiento de un medio de comunicación escrito con énfasis en Periodismo Social, en este caso el nuevo cantón Río Cuarto, número 16 de la provincia de Alajuela y número 82 de Costa Rica.

Se exponen las variables y fundamentos argumentados por el Comité Pro-Cantonato La Amistad, agrupación que luchó porque Río Cuarto, como distrito perteneciente al cantón de Grecia, lograra autonomía territorial junto con el distrito Sarapiquí, del cantón central de Alajuela, para conformar un solo territorio denominado “La Amistad”.

Esta iniciativa, aunque no prosperó como tal pues el Proyecto de Ley No. 15.321 recibió un texto sustitutivo debido a que al final el distrito Sarapiquí no se segregó del cantón Central de Alajuela, la consultoría posee una exquisita recopilación informativa sobre las características generales del nuevo cantón.

Por su parte, la Ley N.º9440 de Creación del Cantón XVI Río Cuarto, de la provincia de Alajuela, que sustituye el texto No. 15.321, ratifica a Río Cuarto como un nuevo cantón, generando las bases de conformación territorial y de gobernación local.

El estudio de ambos textos (Proyecto de Ley No. 15.321 y Ley N.º9440) fue fundamental para conocer a profundidad y dejar claras las limitaciones geográficas, cantidad poblacional al momento del estudio, mapas cartográficos, aspectos financieros, datos demográficos, vivienda, producción, entre otros aspectos relevantes del nuevo cantón.

De esta manera, se logra la buena comprensión y conocimiento territorial y social de la zona en la que se busca establecer un medio de comunicación escrito (periódico) con énfasis en Periodismo Social, objetivo principal de esta investigación.

Planteamiento del problema

Toda investigación parte de un problema y la presente tesis no es la excepción. En este apartado se conoce el problema que da vida a este estudio, relacionado a la importancia de los medios de comunicación rural en la difusión de información de interés social para la comunidad y su aporte al desarrollo social local. En ese sentido se busca solventar la falta de un medio de comunicación en el área geográfica de estudio en esta investigación.

Según Hernández, Fernández y Batista (2014):

El planteamiento de un problema enumera los prejuicios existentes con el tema en estudio y los relaciona con cinco elementos fundamentales: los objetivos que persigue la investigación, la pregunta a la que se quiere dar respuesta, la justificación, la viabilidad del estudio y la evaluación de las deficiencias en el conocimiento del problema (p.36).

La necesidad de informarse es natural en todo miembro de una comunidad, pero se maximiza en Río Cuarto al estar pronto a instaurarse un gobierno local tras categorizarse dicho territorio como cantón.

Dentro de ese acontecer político, la participación ciudadana y la información referente al nuevo municipio y a la institucionalidad pública es fundamental para conocer qué se hará por el desarrollo del cantón, qué acciones se propondrán y cómo se ejecutarán en procura del bienestar comunal y el fortalecimiento de la democracia desde el seno municipal.

Se debe sumar la necesidad de canalizar los flujos noticiosos provenientes de diversos sectores comprendidos en la sociedad rioquiense en cuanto a temas sociales, económicos, de infraestructura, de salud, de educación, turismo y demás que también están impregnados de interés comunal.

Para Campaign (2013):

Los medios de comunicación comunitarios tienen una contribución estratégica que hacer para lograr el desarrollo social y económico, pero un enfoque sostenible requiere de bases firmes. Requiere de un enfoque basado en el empoderamiento de los pueblos y comunidades, y requiere un fortalecimiento de los derechos a la libertad de información y a la libertad de expresión (párr.10).

En el contexto propio de Río Cuarto, existe un vacío informativo que mantiene a la población al margen de cualquier acontecimiento de interés referente a cualquier tema sea económico, social o político.

Lo anterior priva a la comunidad de su derecho a la información, de conocer qué sucede a su alrededor, de poder ser partícipe de soluciones integrales, de coadyuvar en la construcción de la transparencia y la rendición de cuentas, y, sobre todo, de forjar su propia identidad local.

Según Rodríguez (2009):

Los medios ciudadanos son emisoras, televisiones comunitarias, iniciativas de internet, todos aquellos medios que abren espacios de comunicación donde hombres, mujeres, niñas y niños aprenden a manipular sus propios lenguajes, códigos, signos y símbolos, y

adquieren poder para nombrar el mundo en sus propios términos. Los medios ciudadanos activan procesos a través de los cuales individuos y comunidades re-codifican tanto sus contextos como su propia identidad. En últimas, estos procesos mediáticos brindan a los ciudadanos la oportunidad de transformar sus identidades en subjetividades empoderadas, fuertemente ancladas en sus culturas locales e impulsadas por utopías bien definidas. Los medios ciudadanos son los medios que usan los ciudadanos para activar procesos de comunicación que contribuyen a moldear sus comunidades locales (p.19).

Es reconocida la importancia de los medios de comunicación rurales o comunitarios, definición que se profundizará en un apartado más adelante, en el desarrollo social de una población.

Partiendo de la premisa de que en Río Cuarto no hay medios de comunicación en ningún formato, este estudio tiene como objetivo satisfacer esa necesidad informativa que tiene el cantón, por lo que la presente investigación responde a la pregunta: ¿Es factible establecer un medio de comunicación escrito con énfasis en Periodismo Social en el cantón Río Cuarto de Alajuela?

De manera coordinada, también se da respuesta a tres preguntas secundarias: ¿Cuáles son los flujos de comunicación que utiliza la comunidad para informarse del acontecer local? ¿Cuáles son las necesidades de divulgación de noticias que presenta el cantón? ¿Es de interés comunal el establecimiento de un medio de comunicación local?

Lograr respuestas a dichas interrogantes permite concluir la investigación con buenos resultados, se trabaja con fuentes directas, que conocen el tema, y que son cruciales a la hora de aportar los datos que una vez analizados sustentan el cumplimiento de los objetivos.

Tomando en cuenta que la presente investigación es de tipo mixto (cualitativa - cuantitativa), se da respuesta a las interrogantes planteadas mediante la participación directa de la ciudadanía, seleccionando una muestra en la que, a través de entrevistas y cuestionario, se recolecta la información que brindan las unidades de análisis, en este caso la ciudadanía, para luego interpretar sus respuestas.

Ese proceso permite entonces conocer los flujos de comunicación que existen en la comunidad, las necesidades de divulgación de información que tiene el cantón, la opinión de la población sobre el establecimiento de un medio de comunicación en su comunidad, cuestionamientos que una vez analizados responderán la principal pregunta de esta investigación: ¿Es factible implementar un medio de comunicación escrito con énfasis en periodismo social en el cantón de Río Cuarto de Alajuela?

Objetivos

Objetivo general

- Estudiar la factibilidad de implementar un medio de comunicación escrito con énfasis en Periodismo Social para el cantón Río Cuarto de Alajuela.

Objetivos específicos

- Determinar las necesidades de divulgación de noticias en el cantón Río Cuarto.
- Conocer los flujos comunicación que utiliza la comunidad para informarse del acontecer local.
- Saber la opinión comunal sobre el establecimiento de un medio de comunicación en Río Cuarto.
- Establecer un medio de comunicación (periódico) en el cantón Río Cuarto.

Justificación

La comunicación, utilizada de forma eficiente y eficaz, mediante un medio de comunicación, puede transformarse en un instrumento importante para mejorar la democracia, el desarrollo y el progreso de las comunidades.

Así lo manifiesta Álvarez (2009):

La democracia y la comunicación son conceptos que van unidos cuando nos referimos al desarrollo de una sociedad civil que quiere ser actriz y dueña de su presente y futuro. A

través del uso de la comunicación y sus herramientas los ciudadanos pueden hacer escuchar su voz y dar a conocer las propuestas que la experiencia les ha permitido generar. El uso de la comunicación permite el conocimiento, el intercambio de ideas, la toma conjunta de decisiones y lo más importante: la participación que genera acciones. El uso de la comunicación fortalece la presencia de los ciudadanos y de la sociedad civil como un actor de influencia en los procesos y cambios estructurales requeridos para una sociedad más justa y digna. La comunicación crea puentes de entendimiento entre los sectores de la sociedad, y entre estos y sus legisladores y gobernantes (párr. 8, 12).

Los medios de comunicación juegan una importante función de la democracia, porque mediante ellas, los habitantes reciben información que les ayuda a formar criterio al momento de elegir durante elecciones, a evaluar el desempeño gubernamental, a alzar la voz cuando sus derechos son obviados; es decir, la elección y la evaluación de los gobiernos democráticos están sujetas en buena parte por la información que los medios de comunicación transmiten ante la ciudadanía.

Hay una necesidad innata en los ciudadanos de tener acceso a la información, lo que justifica la creación y fortalecimiento de medios de comunicación en sus comunidades. Sin embargo, muchas carecen del aporte que puede dar a la sociedad como tal un medio informativo en materia comunicativa para su desarrollo social.

Tal es el caso de Río Cuarto de Alajuela, territorio en el que en la actualidad no existe un medio de comunicación dedicado a informar el acontecer local y regional que pueda impactar a la población, por lo que el proyecto presentado en este trabajo se enfoca en conformar un medio de comunicación que tenga como prioridad de espacio geográfico el recién conformado cantón.

Por esta razón, se pretende crear un periódico impreso, mensual y gratuito, que se adapte a dicha zona en específico, destinado a responder una necesidad de mercado como lo es tener con medio de comunicación en beneficio de la sociedad local.

La prioridad es fortalecer, mediante la publicación de noticias y con el objetivo de comunicar, el desarrollo de este nuevo cantón, informando aquello de interés público, que

afecte a la comunidad para bien o para mal, a un grupo de personas o sector en particular de la localidad, generando impacto, opinión y soluciones, dando a conocer aquello que sucede mediante la comunicación de noticias propias del lugar.

Sobre todo, tomando en cuenta la importancia de informar acerca del crecimiento de esta comunidad, que a partir del año 2020 tendrá por primera vez en su historia elecciones municipales, y que, de ahí en adelante, la ciudadanía deberá tomar sus propias decisiones en cuanto a su desarrollo, teniendo presente las principales oportunidades y amenazas que deberán enfrentar.

Como se ha expuesto, en la medida en que los habitantes de una comunidad estén más y mejor informados de lo que sucede a su alrededor, se fortalece la democracia, se propicia el desarrollo de la sociedad y se interpretan mejor las políticas públicas institucionales.

Hay que tener en cuenta que la sociedad en donde se ubicará el medio de comunicación requiere estar informada constantemente sobre el desarrollo social, económico, cultural, recreativo y demás que concierne a quienes allí habitan. La información permite claridad en el rumbo, concertación de diálogo, generación de opinión, conciencia del trabajo que se desarrolla y su impacto.

Es aquí donde el objetivo propuesto se puede usar como plataforma de intercambio de opiniones, de búsqueda de soluciones, de convergencia entre los diferentes puntos de vista sobre las prioridades y dificultades que enfrentarán como miembros de una misma población.

El medio de comunicación propuesto pretende trabajar mediante un enfoque diferente, ejercer comunicación con periodismo para el desarrollo, un periodismo social, que sirva como aliado estratégico de proyectos, programas o acciones humanas que buscan reducir la pobreza, incidir en política pública o ejercer la libertad de expresión con equidad.

La comunicación bien entablada, a través de un medio de comunicación que aplique un periodismo con valores y principios, se convierte en una herramienta necesaria para el desarrollo de una comunidad que será en poco tiempo un cantón conformado con todos los requerimientos de ley, y que decidirá sin intermediación de nadie su propio futuro.

En ese aspecto, los medios son importantes por muchas razones, pero de manera particular porque ofrecen elementos de información para que la ciudadanía esté al tanto de lo que dicen y hacen quienes buscan un escaño público; y en ese sentido, tomen una postura con respecto a la elección de candidatos, a las políticas públicas o a los temas de interés general de la población (Balderas, 2017, párr. 2).

Balderas (2017) agrega que “los medios informan, forman, sensibilizan y movilizan, por eso deben recoger los problemas de la sociedad y aunar esfuerzos con el estado y la sociedad para edificar una sociedad más justa y equitativa” (párr. 4).

Un medio de comunicación serio, responsable y veraz se convierte en un apoyo a la voz comunal en busca del mejoramiento social mediante el aporte de conocimiento, construcción de realidades, pensamiento crítico, búsqueda de soluciones y generación de opinión para el fortalecimiento comunitario.

Es aquí donde resaltan dudas de quién o quiénes informarán a la población, qué medio utilizarán para conocer su nueva realidad, cómo se enterarán de lo que sucederá y de las decisiones que directamente les afectarán para bien o para mal, cómo harán para hacer sentir su voz y expresar sus inquietudes y molestias en una nueva era histórica que se redactará a partir de 2020 con la conformación oficial como nuevo cantón de la provincia de Alajuela, Costa Rica.

Así, la instauración de un medio de comunicación en Río Cuarto se vuelve una necesidad ante los desafíos democráticos, sociales, culturales, económicos, productivos y demográficamente coyunturales en el quehacer comunal por el desarrollo de la sociedad riocuartense, cuyo empuje social está rezagado yendo en claro detrimento de la calidad de vida de la ciudadanía.

Antecedentes

En este apartado se reseñan investigaciones nacionales e internacionales que, aunque no tienen específicamente el mismo objetivo aplicable para una zona geográfica común, si

tienen como singularidad establecer un medio de comunicación rural o comunitaria, fin primordial de la presente investigación.

Se conocen conceptualizaciones o definiciones básicas de los diversos temas aquí abordados que permiten entender mejor los procesos del estudio, la buena comprensión de los resultados y por supuesto la solución al problema planteado.

El objetivo de esta investigación es estudiar la factibilidad de establecer un medio de comunicación escrito con énfasis en periodismo social por lo que en primera instancia se deben abordar conceptos rápidos de comunicación, periodismo social, medios de comunicación, entre otros que aclaran el panorama hacia el contenido de los capítulos posteriores.

La comunicación es un proceso básico y fundamental que todo ser viviente requiere para relacionarse, sobre todo el ser humano, al que le permite expresar sus necesidades, deseos, sentimientos, situaciones, pensamientos e ideas.

“El significado de la palabra comunicar se deriva del latín *communicare*, que quiere decir compartir, hacer partícipe a otro de lo que uno sabe” (Leuro 2000, citado por Juárez, 2012, p.7).

Su contexto etimológico va más allá de una simple definición, pues la comunicación es un acto necesario y permanente entre las personas, para la cual no necesariamente debe hablarse para entablar comunicación, también se puede comunicar mediante, sonidos, gestos, movimientos, dibujos, escrituras, entre otras formas.

Se habla de que la comunicación es un proceso, porque aparte del significado expuesto, requiere de la buena interacción entre varios componentes o elementos, conocidos como emisor, receptor, mensaje, canal, según detalla van der Hofstadt (2005):

El proceso de comunicación va a desarrollarse en un contexto concreto y, a priori, con un código concreto, que permitirá la comunicación, utilizando un canal determinado (o varios simultáneamente) con la intervención de al menos dos actores, emisor y receptor, de forma

que el primero transmite (o al menos intenta hacerlo) un mensaje al segundo, que lo recibe (ya sea completo o en parte dependiendo del éxito del proceso) (p.13).

Para que un medio de comunicación funcione, debe generar un proceso de comunicación básico, o sea, que el emisor (medio de comunicación), envíe un mensaje (noticia), por un canal específico (un periódico local), al receptor (comunidad), en busca de una respuesta (generar opinión).

Según Fernández y García (2001):

Los medios de comunicación pueden definirse como un vehículo esencial de información y participación política de los ciudadanos, de información de la opinión pública, de cooperación con el sistema educativo, de difusión de la cultura, así como un medio para contribuir a que la libertad y la igualdad sean reales, con especial atención a los discriminados y a la no discriminación (p.25).

En el contexto histórico, se pueden mencionar tres etapas generales de cómo han evolucionado los medios de comunicación: el surgimiento de los medios de comunicación convencionales desde el siglo XIX con la aparición de la prensa escrita, el surgimiento de la comunicación de masas a lo largo del siglo XX, y, la revolución de los medios virtuales que se vive en la actualidad.

Importancia de los medios de comunicación.

Su aparición y desarrollo generaron un progreso en la difusión y democratización de la información de la sociedad en general. La prensa escrita, la radio, la televisión y hace poco más de una década la Internet, cada uno con su estilo propio, se convirtieron en los principales medios de comunicación que permiten conocer los diferentes acontecimientos sociales, políticos, económicos, culturales, deportivos y demás, tanto a nivel nacional como internacional.

Durante los periodos históricos, el concepto de medios de comunicación se fue modificando profundamente de acuerdo con las necesidades e intereses de las poblaciones,

marcando mayor apertura y mayor libertad de expresión, dando más voces, llegando a cada vez más cantidad de usuario y receptores.

Mientras que el surgimiento de la prensa en el siglo XIX permitió el acceso informativo a una parte importante de la población, hoy, la Internet y las redes sociales han masificado esta realidad democratizando permanentemente y de forma casi inmediata el acceso a la información.

La radio o la televisión no existieron siempre, pero amplios sectores de la población las tienen sumamente incorporadas. Raymond Williams planteaba hace dos décadas, al presentar un libro de historia de la comunicación: “en lugar de hablar de maravillas, es más probable que nos quejemos de la calidad de la recepción, de la norma de uso de la cámara o de los defectos de la conexión” (Badenes, 2014, p.19).

A nivel nacional, los medios de comunicación inician en 1833, con la edición, simultáneamente, de dos semanarios: El Noticioso Universal y El Correo de Costa Rica; el primero comienza su circulación en diciembre de ese año y el segundo, en enero de 1834 (Vega, 2016, p.15).

Desde entonces y a hoy, en nuestro país se han establecido decenas de medios de comunicación clasificados en nacionales y regionales o comunitarios, según sea su ámbito de distribución y cobertura geográfica, además de su alcance poblacional.

Entre los medios de comunicación nacionales podemos mencionar a aquellos como: Telenoticias, Noticias Repretel, Diario Extra, Semanario Universidad, La República, CRHoy, Noticias Columbia, solo por citar algunos y que se conocen como medios de comunicación nacionales porque tienen cobertura en todo el país.

Por otra parte, los medios regionales o comunitarios son aquellos que se enfocan en difundir noticias propias de un territorio específico no tan amplio, que no abordan temas generales de interés nacional, temas país, de un interés público generalizado, sino que se abogan a generar contenido propio de comunidades, cantones, o regiones específicas dentro de un territorio nacional.

Se trata de medios independientes y no gubernamentales, que no realizan proselitismo religioso, ni son de propiedad o están controlados o vinculados a partidos políticos o empresas comerciales.

Los medios de comunicación rural se convierten en herramientas con las que un mensaje comunal tiene la posibilidad de ser transmitido a varias personas o a un grupo más extendido de ellas. Este tipo de medios se les conoce también como medios alternativos, medios ciudadanos, entre otros nombres, pero que finalmente lo que realmente importa no es como se le llama sino el efecto social que promueve, así lo destaca Rodríguez (2009):

Yo propongo el término “medios ciudadanos” para nombrar los medios alternativos, comunitarios o radicales que facilitan, desencadenan y mantienen procesos de construcción de ciudadanía, en el sentido del término empleado por Mouffe. Así, “medios ciudadanos” son aquellos que promueven procesos simbólicos que le permiten a la gente designar y expresar el mundo en sus propios términos (p.18).

Nacen con el objetivo social de comunicar, de informar aquello que pueda ser de interés público, que afecte a una comunidad, a un grupo de personas o sector en particular, generan impacto, opinión y búsqueda de soluciones, permitiendo dar a conocer aquello que sucede mediante la difusión de noticias a través de diferentes formatos, como prensa escrita, radio, televisión, redes sociales, páginas web, etcétera.

Corrales y Hernández (2009) resaltan la importancia de los medios de comunicación rurales o comunitarios:

Pareciera ser la opción que surge de y para la comunidad; se origina en las mentes de individuos que, inspirados por la realidad, proponen una mirada ajena a la del poder, que por lo regular resulta más crítica que la difundida por los medios tradicionales y controlados. Es así como se visualiza, que la comunicación alternativa es resultado de un proceso social alternativo, que difiere en forma, función y contenido al proceso social propuesto por el sistema dominante, generalmente guiado por la relación del gobierno y los medios de comunicación tradicionales. El gran acierto de los medios alternativos es que

nacen a partir de la visión de los propios individuos, aquéllos que en su diario existir son partícipes de la realidad social (párr.12).

También se definen, especialmente, por estar abiertos a la participación ciudadana y profundizar ideales como los derechos humanos, la democracia y el cambio social. Dicha finalidad social y cultural ha sido reconocida por organismos internacionales como la ONU (La Rue, 2010), el Parlamento Europeo (2008) o el Consejo de Europa (2009), que han alabado en diferentes documentos institucionales la labor de los medios comunitarios a la hora de satisfacer las necesidades de comunicación y habilitar el ejercicio del derecho a la información y libertad de expresión de los integrantes de sus comunidades (Blanco, 2015, párr.3).

Es de resaltar, una vez más, que este tipo de medios de comunicación impulsan la democratización de la información pues ayudan a regiones, cantones o zonas específicas a debatir, crear opinión, buscar soluciones a problemas sociales, generar toma de decisiones y a analizar temas específicos y muy propios de ellas.

Incluso, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], (2014), reconoce la importancia que tienen estos medios de comunicación:

A largo plazo, los medios locales pueden estructurar una visión coherente del desarrollo de una región y ayudar a la gente a formular metas y planes con miras a mejorar su situación. Los medios pueden ayudar a contextualizar los programas de desarrollo nacional en los marcos comunitarios y acercar esas metas a quienes se procura beneficiar. Unos medios locales eficaces pueden también ayudar a la población a comprender la historia y la evolución de la opresión y la discriminación, y darle una perspectiva que le ayude a elegir opciones racionales para superarlas. Con esa información, la gente tiene los medios de participar en los procesos democráticos y configurar sus futuros en los planos local y nacional (párr. 4).

Investigaciones internacionales

A nivel internacional, específicamente en territorio latinoamericano, se pueden citar varias iniciativas de establecimiento de medios de comunicación regionales, alternativas o comunales, investigaciones con un fin similar al presente estudio.

En cada una de las propuestas se aborda el tema de creación y desarrollo de un medio de comunicación regional o comunal, específicamente un periódico, a excepción de Castaño, Castro, Becerra y González (2016), pero juntan plasman información relevante que puede ser aprovechada en el beneficio comunal y de la democratización de la información mediante iniciativas similares.

Sus esencias no sólo buscan establecer un medio de comunicación, sino que se acompañan de la necesidad de solventar un problema de difusión y comunicación de información de interés público, de generación de impacto social y de dar voz a los diferentes sectores.

Tacori y Muñoz (2010), en su tesis para optar por el grado de Licenciatura en Comunicación Social, “Proyecto de Elaboración de un Periódico Semanario para Chaldeleg”, de la Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca, Ecuador, empleando un enfoque cualitativo, describe qué es un periódico, qué información debe contener, su estructura, sus elementos, su finalidad, cómo se puede producir, dejando una clara idea de cómo funciona un medio de comunicación escrito.

Da a conocer cuáles son los géneros periodísticos para utilizar para transmitir la información, ya sea mediante noticia, entrevista, crónica, artículo o género de opinión, y, como parte de sus conclusiones, resalta que un periódico es importante para dar a conocer temas de interés para una comunidad, así como la búsqueda de soluciones.

La investigación se vuelve un marco de referencia para futuras iniciativas de creación de periódicos comunales, tal caso el trabajo planteado en este documento, ayudando a sentar las bases para dar el inicio al establecimiento de un medio de comunicación, tomando en cuenta los géneros periodísticos descritos para determinar cómo se querrá informar según las características de cada uno de ellos.

Rizo y Gómez (2014), en su Proyecto de Grado para optar por el título de Comunicador Social y Periodista, “Propuesta Creación de un Periódico Comunitario como Herramienta Informativa de la Comunidad del Barrio Villa del Prado, Comuna Cinco del Nororiente de la Ciudad de Cali”, de la Universidad Autónoma de Occidente”, de Cali, Colombia, aplican una investigación exploratoria y descriptiva de las acciones a realizar para establecer el medio de comunicación sin llegar a conclusiones definitivas sobre la comunidad, registrando más bien las acciones e ideas de la comunidad frente a la implementación de un periódico local.

Dentro de su enfoque cualitativo, evitan establecer nuevas teorías, buscar nuevos conceptos comunicacionales o nuevos estilos de información, se centra más bien en la comprensión e interpretación de las formas de comunicación existentes en el área geográfica de estudio, y toma en cuenta opiniones vecinales, puntos de vista y participación comunal en el proceso de elaboración de contenidos y estructura que les gustaría encontrar en el medio propuesto.

En sus conclusiones destaca que comprobaron que en el proceso de elaboración de un medio comunitario se promueve “la deliberación y las soluciones a problemas locales” (Miralles, 2012, citado por Rizo y Gómez, 2014, p. 98).

Por su parte, Cornejo (2015), con la investigación “Estudio para la Implementación de Medios Impresos en la Península de Santa Elena, Creación del Periódico "Informativo”, en Guayaquil, Ecuador, justifica, apoyado en un enfoque mixto (cuantitativo-cualitativo), la importancia de la comunicación a través de los medios impresos como herramienta para al impulsar el desarrollo, cultura, educación, economía e identidad de la población al mejorar sus costumbres mediante la información.

Se apoya como instrumento en el análisis e interpretación de los resultados de una encuesta aplicada a 384 personas de un total de 308.693 habitantes, según el porcentaje proporcional de muestra de la población residente en la región en la que se establecerá el medio de comunicación. Los datos arrojados sustentan la implementación de la iniciativa mediante el apoyo de la mayor cantidad de personas entrevistadas.

Incluye un estudio de factibilidad económica que proporciona un estimado en relación con costos operativos, costos administrativos, costos de distribución, costos de recurso tecnológico, costos de publicidad, total de posibles egresos e ingresos, entre otras variables presupuestarias.

Castaño, Castro, Becerra y González (2016), en su tesis para optar por la Especialización en Gerencia de Proyectos con la “Propuesta para Integrar la Radio, la Prensa y la Televisión como Medios de Comunicación Online en el Municipio de Soacha”, Cundinamarca, Colombia, presenta un enfoque mixto (cuantitativo-cualitativo), y si bien no es congruente al objetivo principal del presente trabajo (crear un periódico) si se asemeja en la iniciativa de crear un medio de comunicación rural o comunitario.

Eso sí, la propuesta para el Municipio de Soacha y la propuesta para el cantón Río Cuarto, parten juntas de una misma premisa, establecer un medio de comunicación en una región en la que se carece por completo de dicho tipo de iniciativas.

Finalmente, ambas investigaciones se elaboraron con el fin de poner en marcha cada iniciativa, teniendo en cuenta la información financiera, las conclusiones de la encuesta y la información necesaria para su funcionamiento y operación. Esto sin dejar de lado la búsqueda del bien común mediante la democratización de la información y de la participación ciudadana en la búsqueda de soluciones a las diferentes problemáticas sociales que enfrenta cada comunidad.

Investigaciones nacionales

A nivel nacional, el tema de los medios de comunicación rural se ha investigado en varias oportunidades con diversidad de aristas, permitiendo realimentación y conocimiento previo sobre los conceptos abordados en investigaciones con eje temáticos parecidos.

En sus exposiciones, estas investigaciones también afirman que los medios rurales, locales, comunitarios o alternativos, que al fin y al cabo a pesar de que se pueden conocer con diferentes nombres, su razón intrínseca es la misma, informar sobre la realidad de un área geográfica o sector social en particular.

Araya (2014), en su investigación “rediseño de una propuesta de noticiero para el canal local STV Canal 4 de San Vito de Coto Brus”. Proyecto de Graduación sometido a consideración para optar por el grado Licenciatura en Periodismo. Ciudad Universitaria Rodrigo Facio. San José, Costa Rica, considera que los medios de comunicación locales son medios pequeños, de gran importancia en los lugares donde se desarrollan, pues son un canal de información para los ciudadanos.

De otra forma, estas comunidades no tienen la manera de informarse de lo que ocurre en su comunidad, alrededor de sus vecinos, de su vida diaria en la localidad en la que se vive, al amparo del conocimiento general a nivel nacional que los medios de comunicación masivos, nacionales o tradicionales, como quieren verse, generan, muchas veces información que carece de relevancia ante sus necesidades locales.

Araya (2014), agrega que:

Esta clase de medio de comunicación local permite esa participación e identificación de las personas que pertenecen a la localidad, por lo que se convierten en un eslabón más en el proceso de democratización de la comunicación y la garantía del derecho a la información de los ciudadanos. Estos espacios se presentan a la población para participar de procesos de comunicación que los principales medios nacionales no pueden facilitar, por lo que la generación de programas noticiosos, con temas que atañen a la comunidad y sus alrededores es necesidad (p.3).

Es conocido que los medios tradicionales o los grandes medios de comunicación se enfocan en dar a conocer información de carácter nacional, colando la información que consideran relevantes para la sociedad y muy pocas veces generan noticias de una región, comunidad o sector específico, como sí lo hace un medio comunitario o rural.

En ese sentido, Ureña (2013), en su tesis “Periodismo Comunitario en Costa Rica: La Información en Manos de la Ciudadanía”, Trabajo Final de Graduación para optar por el grado de Máster en Administración de Medios de Comunicación con énfasis en Tecnologías

de la Información y la Comunicación de la Universidad Estatal a Distancia, Sistema de Estudios de Posgrado, Escuela de Ciencias de la Administración, Maestría en Administración de Medios de Comunicación, explica que se genera una brecha entre la información que recibe el individuo y los hechos más cercanos a él, pues sus posibilidades de influir en la agenda mediática de los grandes medios son inexistentes o limitadas; por tanto, al desconocer la realidad de su entorno se diluye la posibilidad de ejercer control político y, a la vez, tener menos poder político.

En efecto, los medios de comunicación nacional no tienen ni generan un impacto propio y directo en las comunidades, provocan que los habitantes de una región x o y, no se sientan representado ni acuerpado por estos medios de comunicación masivos.

Ureña (2013) explica que:

El periodismo comunitario se concibe como el ejercicio periodístico que se realiza en el seno del ámbito de lo local; referido este término, no solamente al ámbito geográfico, sino al conjunto de aspectos comunes que comparten un grupo de ciudadanos; por tanto, la agenda mediática es ocupada con los hechos regionales, desplazando en importancia a los temas nacionales; lo anterior significa, que este tipo de comunicación es cercana al individuo y se realiza para suplir sus necesidades de información más inmediatas (p.3).

Luna (2007), en su trabajo de graduación para optar por el grado máster en Administración de Medios de Comunicación, de la Universidad Estatal a Distancia, “Medios regionales y agencias de publicidad: El planificador y su decisión al elegir un medio para pautar”, hace mención de los medios de comunicación alternativos, regionales o comunitarios, y su importancia. Su investigación con enfoque mixto, en primera instancia, define la importancia de los medios regionales en la sociedad y manifiesta la necesidad de estos de tener la pauta publicitaria como fuente de financiamiento. En los siguientes capítulos, la investigación da un contexto propio a los medios alternativos dentro del mundo de la publicidad, ahonda en la metodología utilizada para recabar la información básica, los instrumentos de recolección de la información, el análisis, los resultados y sus conclusiones. Finaliza con una propuesta de ejecución de varias acciones de mercadeo aplicadas al noticiero

Noticias Tele-norte de Canal 14, televisora establecida en Ciudad Quesada de San Carlos, permitiendo aumentar las relaciones entre el medio y los encargados de colocar pautas de las agencias publicitarias o centrales de medios.

Rojas (2013), en su tesis para optar por el grado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva con Énfasis en Periodismo de la Universidad de Costa Rica (UCR), “Propuesta de revista digital multimedia para la difusión de deportes alternativos”, también utiliza un enfoque mixto.

Se basa, a través de la creación de un medio de comunicación alternativo web, solventar una necesidad informativa en cuanto a generación de noticias de deportes o disciplinas no tradicionales carentes de la atención mediática que posee el fútbol, siendo relegadas en su mayoría de veces a rellenar tiempo o espacio al final de los noticieros, o a no salir del todo. La investigación se desarrolla en dos campos, el Periodismo Digital y todo lo que tiene que ver con sus conceptos, herramientas y usos, y en el Periodismo Deportivo, abarcando todos los deportes, modalidades o disciplinas. La iniciativa concluye con la presentación de una propuesta gráfica de cómo quedaría en forma y fondo el medio alternativo (revista digital).

Orozco (2012), en la tesis para optar por el grado de Licenciatura en Periodismo con Énfasis en Periodismo Social de la Universidad Internacional de las Américas (UIA), presenta una “Propuesta para la creación de un medio de comunicación comunitario en el cantón de Alajuelita”. El enfoque es mixto según lo explica el mismo investigador, quien parte de la presunta necesidad de divulgación de información generada en el propio cantón involucrando la participación ciudadana. Como instrumentos utiliza la entrevista, el cuestionario e información documental aportada por las unidades de análisis de la muestra seleccionada. Tras el análisis de los datos se cumplen los objetivos y se llega a la conclusión de que es pertinente establecer un espacio de comunicación alternativo o comunal en el cantón de Alajuelita, que permita llenar el vacío informativo que la investigación demostró que existe en la comunidad.

Por otra parte, haciendo referencia específica a la zona geográfica en la que se ubica el cantón Río Cuarto (Región Huetar Norte), objeto de estudio para determinar la posibilidad de

establecer un medio de comunicación en el lugar, y al contexto informativo que le rodea, se conoce el cercano funcionamiento de varios medios de comunicación regionales o comunitarios.

Destacan los periódicos San Carlos Al Día y La Región, TVN Noticias Canal 14, Noticias en Contacto de Radio Santa Clara, Noticias Radio San Carlos, Noticias Radio Cultural Pital, San Carlos Digital y Noticias Aguas Zarcas TV a través de Facebook, todos pertenecientes al cantón de San Carlos, colindante con Río Cuarto.

Se incluyen Sarapiquí Informa (página de Facebook) perteneciente a Sarapiquí, cantón limítrofe con Río Cuarto, y un poco más alejados Radio Cultural Maleku (Guatuso), Radio Cultural Upala y Radio Cultural Los Chiles.

De todos esos medios, sólo el periódico La Región publica muy esporádicamente, alguna noticia relacionada a Río Cuarto, mientras que los restantes por lo general no informan sobre el acontecer del mencionado territorio y cuando lo hacen generalmente es por temas de sucesos.

Como se ha expuesto, los medios de comunicación regionales o comunitarios son muy importantes para la democratización de la información y para el impulso de desarrollo social de las comunidades.

Este tipo de medios se encargan de solventar ese vacío que no llenan los medios de comunicación nacionales, conocidos también como medios tradicionales, que en gran medida no informan o no toman en cuenta el acontecer diario de las comunidades.

En ese sentido, se genera la necesidad y se solventa el hecho de que el cantón Río Cuarto cuente con un medio de comunicación local, partiendo de la afirmación de que este territorio carece por completo de una iniciativa como esta, que genere opinión entre sus ciudadanos y permitiendo además la toma de decisiones en pro del bienestar común.

Proyecciones

Se proyecta conocer la viabilidad de la creación y establecimiento de un medio de comunicación (periódico) en el cantón Río Cuarto, provincia de Alajuela.

Determinar la necesidad e importancia del desarrollo de un medio informativo y la posible aceptación que este puede tener en la comunidad.

Conocer opinión comunal y de los diferentes sectores sociales sobre la posibilidad del establecimiento de un medio de comunicación en el cantón.

Entender el contexto actual de la zona de influencia geográfica y su capacidad de generación de información relevante y de interés público.

Analizar el manejo que se le da en el lugar a la información de interés público, si es el adecuado y cómo mejorarlo.

Tomar en cuenta la percepción de los seguidores de las redes sociales, sobre la aceptación de difusión informativa de interés público en estas plataformas digitales.

Dar a conocer las necesidades, problemáticas, aciertos y acciones positivas en el desarrollo del nuevo cantón ante sus habitantes y otros pobladores de cantones cercanos y a nivel nacional.

Participar del desarrollo comunal del nuevo cantón y empoderar a sus habitantes en cuanto a la generación de opinión y participación ciudadana en las decisiones de política pública.

Establecer el primer medio de comunicación (periódico) en el cantón Río Cuarto.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

Este apartado contiene y desarrolla los diferentes conceptos de autores que hablan de temas de interés para el abordaje contextual de la tesis que aquí se desarrolla, contribuyendo a sustentar la propuesta prevista partiendo de las definiciones generales de un marco teórico.

Según Hernández et al., (2014):

El objetivo de este capítulo es exponer y analizar las teorías y las conceptualizaciones que se consideren válidas para encuadrar el estudio. El marco teórico no es lo mismo que la teoría; los contenidos que se seleccionan para desarrollar el capítulo deben estar hilados entre sí, es decir, tener una secuencia lógica y conformar un engranaje en su totalidad (p. 60).

El objetivo primordial en esta unidad es exponer las teorías y conceptos que se consideren válidos para encuadrar la investigación, permitiendo conocer de mejor manera qué es lo que se quiere lograr.

Comunicación

Existen múltiples conceptos y definiciones que diversidad de autores dan a la palabra comunicación, por lo que establecer un significado único y perfecto es casi imposible, agregando que con el transcurrir de los años continuará recibiendo modificaciones.

En esa gama de definiciones, Díez (2006) contextualiza la comunicación “como un proceso bilateral, un circuito en el que interactúan y se interrelacionan dos personas o más, a través de un conjunto de símbolos o signos convencionales, por ambos conocidos” (p.8).

Décadas atrás, Berlo (1984) manifestó que:

Todo aquello a lo cual la gente logra dar un significado puede ser utilizado, y lo es, por la comunicación. La conducta observada en ella tiene una esfera de

acción muy amplia. La gente puede comunicarse a muchos niveles, por muy diversos motivos, con gran número de personas y en múltiples formas” (p.1).

Para que la comunicación sea efectiva (genere reacción) debe pasar por un proceso en la que participan varios elementos básicos, llamados emisor, receptor, canal y mensaje, que bien conjugados permiten recibir una respuesta.

En este sentido Santos (2012) afirma que “en este proceso participativo, el emisor es quien crea un mensaje, el mensaje es una cadena finita de señales, el receptor es quien recibe el mensaje, mientras que el canal es el medio por el que se envía el mensaje” (p.19).

En resumen, se puede interpretar que la comunicación es un ciclo de obtención de respuestas solicitadas a través de algún estímulo, ya sea verbal o no verbal, de un ser vivo a otro, concepto que en el caso de los medios de comunicación (emisor) es fundamental conocer al dedillo para poder interactuar y generar empatía con sus lectores (receptor) a través de la generación de noticias (mensaje), dadas a conocer por periódico (canal), a la espera de generar en el lector alguna reacción (respuesta).

Para poder dar bien el mensaje y lograr reciprocidad, hay que tener claro qué y cómo se quiere comunicar. En ese sentido, un medio informativo como el que se pretende establecer parte de la idea primordial de que, para informar de la mejor manera, debe haber una buena comunicación del mensaje que se quiere transmitir al público meta en búsqueda de reacción o respuesta.

Entendido el concepto y elementos básicos de comunicación, debe conocerse qué son los medios de comunicación o información, y su importancia como los principales “canales” por los que se envían mensajes hacia una población, comunidad, sector, o región, en espera de respuestas a temas de interés común.

Medios de comunicación.

Los medios de comunicación de masas o medios de comunicación informativos son aquellos que, a través el uso de un instrumento masivo para canalizar su mensaje, intentan llegar a un público meta receptor.

Luhmann (2007) citado por Becerra y Arreyes (2013), define al sistema de los medios de comunicación de masas como:

El conjunto de aquellas comunicaciones sociales que se sirven de medios técnicos de reproducción masiva para propagarse. El concepto se distingue de la noción más abarcadora de “medios de comunicación” en la que incluimos al lenguaje y a la escritura. A la vez, es más específica que “medios de difusión” o “medios de propagación”, ya que éstos refieren a las capacidades técnicas originadas con la imprenta, si bien éstas aparecen supuestas como “condición de posibilidad” del sistema (p.49).

En efecto, para lograr un proceso de comunicación positivo deben utilizarse herramientas o formatos que permitan difundir con facilidad el mensaje deseado, entrando en juego los diferentes medios de difusión masiva existentes.

En lo que respecta a los formatos y al alcance de esta definición, conviene mencionar que según Becerra y Arreyes (2013):

El sistema de los medios de comunicación de masas en la teoría de Luhmann incluye tanto a las noticias, los formatos y programas informativos, como a la publicidad, propaganda y al entretenimiento (espectáculos masivos, series de televisión, revistas, etc.), siempre y cuando cumplan con las condiciones de masividad y distancia que se consiguen por el medio de la reproducción tecnológica. La información que se difunde por los medios de comunicación no es privada, sino que busca ser de conocimiento general. Lo que se comunica reflejado en los medios es una realidad externa, ya que el “mundo íntimo” carece de relevancia para conformar un público (p.50).

En un contexto más sencillo, los medios de comunicación generan opinión pública en la comunidad o región de cobertura, mediante la puesta en el ojo público de temas de interés social siempre y cuando la información sea dada de manera masiva. Y es aquí donde radica la importancia de los medios de comunicación.

Medios de comunicación tradicionales

Los medios de comunicación tradicionales son aquellos que se caracterizan por tener grandes audiencias, que cubren prácticamente a nivel nacional un territorio, conocidos también como medios masivos por su gran alcance hacia públicos muy amplios.

Su particularidad recae en que sus informaciones son a nivel general, explotando temas a nivel país o situaciones en áreas geográficas específicas consideradas de alto impacto o interés social.

Domínguez (2012), en su trabajo *Medios de Comunicación Masiva, Red Tercer Milenio, México*, define a los medios de comunicación tradicionales o masivos como:

Los medios de comunicación masiva (“mass media”), son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce y reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros. Los medios masivos son utilizados en la publicidad, la mercadotecnia, la propaganda y muchas formas más de comunicación. Su principal objetivo es reducir el tiempo invertido en la comunicación, enviando un solo mensaje a toda la sociedad, si bien los mensajes tienen un público deseado, no quiere decir que este público será el único que lo reciba, añadiendo así más audiencia al mensaje (p.12).

Otras características de los medios de comunicación tradicionales es su poderío o capacidad económica, pues en su mayoría pertenecen a sociedades o empresas que manejan suficientes recursos para satisfacer las demandas operativas y cargas sociales que el medio conlleva.

Como ejemplos de medios tradicionales a nivel internacional se citan: El País, de España, CNN, de Estados Unidos, BBC, de Inglaterra, Infobae de Argentina, La Vanguardia de México, entre muchos otros.

A nivel nacional, como medios de comunicación tradicionales destacan La Nación, Telenoticias, Noticias Repretel, Diario La Extra, La República, Semanario Universidad, por citar algunos ejemplos.

Periodismo

El periodismo puede considerarse como una ciencia que comunica todas aquellas situaciones que acontecen y que se pueden informar a través de noticias, que tienen un interés público y que afectan de manera negativa o positiva a una sociedad o sector en específico.

Ayuda a comprender una parte contada de la realidad de los acontecimientos y a generar criterio sobre las situaciones ocurridas, moldeando opiniones sobre los acontecimientos y exponiendo realidades sociales en su mayoría de veces invisibilizadas.

“El periodismo interpreta la realidad social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla. Y, por medio del lenguaje, permite descifrar y comprender las cosas que han sucedido en el mundo porque destaca, entre todo lo que pasa, aquello que considera interesante” (Gomis, 1991, pp. 35-36) citado por Edo (2009, p.18).

Sin embargo, por el carácter informativo que tenga cada noticia, el periodismo puede clasificarse en diferentes tipos según el canal que se utilice para informar y el tipo de información que se da.

Tipos de periodismo

El ejercicio periodístico cuenta con varias modalidades, cada una de ellas posee sus propias características y sus propios usos de lenguaje, dentro de los que se mencionan el Periodismo Escrito, el Periodismo Radifónico, el Periodismo Televisivo y el Periodismo Cibernético, estos aparecidos en el orden presentados y generados por el avance tecnológico.

El periodismo escrito se presenta básicamente en la prensa, siendo esta modalidad la más antigua, además de la más conocida. Obedece a periódicos o revistas por medio del cual se recibe información mediante palabras escritas e impresas.

Martínez (2012), en su publicación *Teoría del Periodismo*. Red Tercer Milenio. ISBN 978-607-733-035-6. Primera edición: 2012. Estado de México, considera que:

El periodismo y la literatura se unen por medio de la comunicación escrita, en cada una de sus modalidades y facetas. En la prensa escrita, así como en la literatura, el lenguaje escrito lo compone el léxico y el conjunto de normas estilísticas al alcance del escritor para escribir bien un relato. El lenguaje escrito es, pues, el instrumento básico que utiliza el periodista para escribir un texto (p. 9).

El periodismo radiofónico es aquel que se caracteriza por transmitir información o noticias por medio el espectro radiofónico, siendo después del periodismo escrito una de las modalidades periodísticas más populares durante décadas, sobre todo por su amplio margen de cobertura e inmediatez.

Edo (2009), considera sobre el periodismo radiofónico:

Es, pues, un estilo que se centra en la renuncia definitiva a los condicionamientos que podría imponer a la radio el periodismo escrito para presentar las noticias de forma que se dirijan exclusivamente al oído, que requiere un ritmo que se consigue construyendo buenos textos y alternando frases de distinta longitud (p.27).

Por su parte, el periodismo televisivo hoy en día es el más común, pues se centra en hacer llegar la información a través de la pantalla de la televisión. “Supone la utilización de distintos elementos que tienen como base la imagen, aunque sin limitarse solo a este modo de expresión: añade la palabra, la música, los efectos sonoros, y las imágenes estáticas en forma de gráficos, fotos o dibujos” (Edo, 2009, p.29).

En cuanto al periodismo cibernético o periodismo en Internet, este inició su auge al final de la década de los noventa con la universalización del Internet y su potencial alcance, permitiendo la mezcla de modalidades como lo son la escrita, la visual y la radial.

Canga (2000), considera al periodismo cibernético como:

Un "nuevo medio" que aúna las características de los tres medios tradicionales: el uso del texto como la Prensa, el uso del sonido como la Radio y el uso de las imágenes en movimiento como la TV. Y que, además, combina estas características con nuevas maneras de presentación de los contenidos apoyándose en el desarrollo tecnológico e incorporando conceptos tales como interactividad, multimedia, hipertexto, vínculo, etc., términos con los que se intentan definir las actividades desarrolladas por estos nuevos medios de comunicación digitales (párr.15).

Las diferentes modalidades de periodismo vistas brindan claras opciones informativas a la ciudadanía, que, según sus gustos o posibilidades, eligen cuál de ellas se ajusta más a su necesidad de recibir noticias.

Géneros periodísticos

Además de las diferentes modalidades de periodismo, conocidas en párrafos anteriores, también existen diferentes géneros periodísticos. Estos se clasifican en géneros informativos, géneros de opinión y géneros interpretativos.

García y Gutiérrez (2011), consideran que:

Los géneros periodísticos son aquellas modalidades de creación lingüística destinadas a ser canalizadas a través de cualquier medio de difusión colectiva y con ánimo de atender a los dos grandes objetivos de la información de actualidad: el relato de acontecimientos y el juicio valorativo que provocan tales acontecimientos (p.30).

Estos tipos de géneros en el periodismo se dividen de la siguiente manera:

Informativos: Narran hechos o acontecimientos de la actualidad mediante noticias, reportajes informativos, crónicas o entrevistas.

Opinión: Ayudan a crear opinión y criterio mediante el uso de juicios de valor expresados a través de artículos, editoriales, cartas al editor o columnas.

Interpretativos: Son un tipo de mezcla de los géneros mencionados anteriormente, pero intentan relacionar un hecho dentro de un contexto ofreciendo detalles más profundos de lo ocurrido, incluyendo proyecciones, hipótesis y posibles consecuencias.

García y Gutiérrez (2011), agregan:

Los géneros son modos convencionales de captar y traducir la realidad. Las reglas por las que se rigen son bastante flexibles y admiten muchas variedades. Lo fundamental, sin embargo, es que cada uno de ellos cumple una función distinta y cubre un sector de ese amplio arco que va desde la noticia al editorial (p.31).

Opinión Pública.

La opinión pública debe ser entendida fuera del horizonte de la experiencia individual, ya que ésta se relaciona con la primera por medio de una apropiación anónima y, por sobre todo, suelta. Esto implica que la opinión pública emerge y evoluciona a la par de los medios de comunicación de masas gracias a la masividad que estos permiten (Becerra y Arreyes, 2013, p.51).

Es sabida desde su aparición, la influencia que generan de una u otra forma los medios de comunicación en la sociedad sobre las decisiones y percepciones de las personas en temas de diferentes índoles, como modo de vida, economía, cultura, familia, religión, política, ideología, entre otros, a través de mensajes enviados por prensa, radio, televisión e Internet.

“Pienso que, al menos en parte, muchas decisiones respecto de preferencias políticas, decisiones económicas y de consumo, están determinadas por los medios de masas. Creo que,

en definitiva, que el modo de vida está muy influenciado por los medios de masas” (Hidalgo, 2005, p.81).

Mediante los medios de comunicación las personas de una comunidad se mantienen al tanto de lo que acontece en el pueblo y pueden tener criterio de cómo actuar ante tal o cual situación que se presente sea para beneficio común o no.

Para Balderas (2017):

Los medios son importantes por muchas razones, pero de manera particular porque ofrecen elementos de información para que la ciudadanía esté al tanto de lo que dicen y hacen quienes buscan un escaño público; y en ese sentido, tomen una postura con respecto a la elección de candidatos, a las políticas públicas o a los temas de interés general de la población. El sentido de su existencia es el de ser servidores de la verdad. Ese es su objeto formal. De ahí a que sea un tema eminentemente aspiracional es otra cosa. Porque seguramente me pondrá usted cualquier cantidad de ejemplos de televisoras y diarios que sirven al mejor postor. Los medios informan, forman, sensibilizan y movilizan (párr.2).

Un pueblo informado es un pueblo que sabe lo que quiere, y por lo que desea luchar, razón por la cual la democratización de la información a través de los medios de comunicación ayuda en la generación de opinión, de visión crítica ciudadana sobre lo que acontece en la sociedad en la que se vive, dando una percepción de la realidad en la que las personas están inmersas, otorgándoles voz y participación en la búsqueda de soluciones públicas a aquello que les aqueja. Los medios de comunicación son garantes de una mejor sociedad.

Sin embargo, hoy en día gran parte de los medios de comunicación pueden responder a intereses privados, lucro, ideologías políticas, posiciones geográficas o religiosas, dejando de lado la objetividad y la búsqueda del bien común. Incluso muchos, por su formato de índole nacional, no dan cobertura informativa a zonas específicas, regiones más pequeñas, sectores sociales invisibilizados o comunidades rurales.

Es en ese escollo en el que los medios de comunicación alternativos, rurales o comunitarios, sea como se les gusten llamar, toman un papel preponderante en las comunidades, regiones o sectores carentes de medios informativos como se verá a continuación.

Periodismo Social

Ya se ha repasado cómo algunos conceptos sobre medios de comunicación rurales o comunitarios hablan de que su importancia radica en que permiten la participación ciudadana, generan opinión, buscan soluciones, contribuyen al desarrollo social, entre otras características, que se puede decir se asemejan al génesis del Periodismo Social, por lo que ambos se complementan.

El Periodismo Social es aquél que tiene en cuenta las implicaciones y consecuencias sociales de cualquier suceso, que toma como interlocutor de referencia a la sociedad organizada y que recoge las iniciativas ciudadanas con capacidad para la transformación social. Se basa en incorporar las voces sociales a los medios de comunicación y en ofrecer informaciones que representen a todos (Cytrynblum, 2004, citado por Álvarez, 2009, párr. 4).

Este tipo de periodismo sobresale por dar tratamiento a temas de interés humano, relacionados a grupos reprimidos y sectores discriminados, da voz a las poblaciones invisibilizadas, se convierte en el transmisor de búsqueda de soluciones a problemas en común.

Se postula como una corriente (periodística) que busca generar un diálogo entre los distintos actores de la sociedad. Por ello, da voz a los grupos civiles organizados que intervienen activamente en temas que son de interés general (Álvarez, 2009, párr.14).

Actualmente, el mayor porcentaje de medios de comunicación tanto nacionales como rurales o comunitarios ejercen el llamado Periodismo Tradicional, enfocado a sólo comparar las dos caras de la moneda, y no ver el borde de la misma.

O sea, no se dedican a profundizar en las causas o consecuencias, solo tienen voz aquellas fuentes con “poder”, se expone nada más lo blanco y lo negro dejando de lado la diversidad de grises, no le da participación al ciudadano común salvo para victimizarlo ante alguna desgracia, y no visualiza las necesidades de los ciudadanos y una posible solución.

A diferencia del Tradicional, el Periodismo Social abarca temas por lo general olvidados pero que son de gran interés público y comunitario, como: Violencia Doméstica, Pobreza Extrema, Desigualdad Social, Brecha Tecnológica, Niñez y Adolescencia, Discapacidad, Inclusión, Derechos de Género, Participación Ciudadana, Población Adulta Mayor, Derechos Humanos, Desarrollo Sostenible, Educación Inclusiva, Salud, entre muchos otros temas de gran interés público.

Álvarez (2009), explica que:

Es el periodismo que piden los lectores, en el que se ven reflejados los ciudadanos de a pie. Es el que tiene rostro porque habla de fenómenos que afectan a mucha gente. Es una cuestión de actitud a la hora de abordar los temas. Los hechos que trata salen de la calle, de las conversaciones con los ciudadanos en las que expresan sus preocupaciones” (párr.16).

Los valores intrínsecos que presenta el Periodismo Social se conjugan a la perfección con las características propias de los medios de comunicación regionales o comunitarios.

Como parte de esa amalgama de conceptos, la prensa escrita (periódico), se adapta como herramienta de canalización de la información a publicar.

Los medios de comunicación pueden ser transmitidos mediante prensa escrita (periódico), radial, televisiva y digital. En este caso de estudio, el periódico es el formato definido para medio de comunicación que se pretende crear.

El Periódico.

Es conocido que el periódico es el medio de comunicación más antiguo utilizado por la humanidad para informar o transmitir conocimiento, evolucionando hasta posicionarse como la principal forma de difusión masiva de noticias durante décadas.

Una de las definiciones más antiguas y aceptadas sobre el concepto de periódico la formuló Emil Dovifat al inicio de la década del 30: “El Periódico es el instrumento que da los acontecimientos más recientes en los más cortos y regulares períodos a la más amplia circulación (Dovifat, 1931, citado por Albertos, 1996, p.65).

El periódico, como todo medio de comunicación, tiene características muy propias. Entre ellas, permite dar mayor profundidad a las informaciones, da gran cobertura geográfica, es accesible de conseguir, es masivo, tiene alto grado de permanencia en el tiempo, de fácil lectura, genera opinión, entre otras cualidades que generalmente son agradables para el lector.

También da facilidad de informar a través de diferentes géneros periodísticos, pues el contenido de este puede tener noticias, entrevistas, editorial, crónicas y artículos sin tener la obligación de excluir alguno.

Por si fuera poco, puede dividirse en secciones informativas para gusto y comodidad del lector, pues permite categorizar las noticias en regionales, nacionales, internacionales, política, salud, economía, cultura, educación, deportes, entre otros temas de interés comunal.

Su periodicidad también es un factor importante, que permite mantener la información sostenible en el tiempo, ya sea mediante publicaciones diarias, semanales, quincenales, mensuales, trimestrales e incluso semestrales.

Finalmente, se ha conocido que la importancia del periódico radica en informar, educar, entretener, generar opinión y buscar soluciones, características similares a los conceptos y definiciones de los medios de comunicación regionales o comunitarios, así como con los de Periodismo Social.

Los tres elementos (medio de comunicación regional o comunitaria, periodismo social y periódico) ya plenamente conocidos, conforman una tríada conceptual que se amalgama y

adhiera férreamente como solución a las necesidades informativas que presenta el nuevo cantón Río Cuarto.

Medios de comunicación comunal, alternativos o rurales

Un medio de comunicación comunal, alternativa o rural, trabaja de manera independiente, sin ser parte ni de intereses privados, ni de partidos políticos, ni de los medios masivos de comunicación organizados como empresas o emporios comerciales, ni de una agencia de información, ni del gobierno.

Tienen como principal característica la participación ciudadana y el abordaje de temas de interés comunitario, destacando ideales como los derechos humanos, la democracia, el desarrollo, el bienestar común y el cambio social.

Se trata de medios independientes y no gubernamentales, que no realizan proselitismo religioso, ni son de propiedad o están controlados o vinculados a partidos políticos o empresas comerciales (AMARC, 2010, García, 2013, citado por Lema, 2015, párr. 2).

Este tipo de medios de comunicación se desarrollan en diferentes formatos, sea televisivo, radial, escrito o digital, siendo estos últimos los que más han florecido en la pasada década por las facilidades técnicas y económicas que conlleva el comunicar a través de páginas web o redes sociales.

En Costa Rica se presentan claros ejemplos de medios rurales o comunitarios que informan a sectores específicos o zonas geográficas determinadas, supliendo necesidades noticiosas de actores no tomados en cuenta dentro del reparto noticioso agendado por los medios de comunicación tradicionales.

Los medios tradicionales son aquellos que se enfocan más a nivel nacional y presentan mayor solvencia económica, tales casos como La Nación S.A, Televisora de Costa Rica S.A., Representaciones Televisivas S.A. y el gubernamental Sistema Nacional de Radio y Televisión SINART, entre otros.

Como ejemplos de medios de comunicación regionales o comunales, podemos citar Radio Voces de mi Cantón (Vázquez de Coronado), TVN Canal 14 (Zona Norte), Periódico Actualidad Talamanqueña (Talamanca) y el Medio Digital Tribuna Pilarica (La Unión), entre otros.

Los medios regionales o comunales, a pesar de ser medios todavía minoritarios, se han convertido en relevantes instrumentos de información ciudadana, democratización, capacitación y aprendizaje social, cuya labor han reconocido organismos como la ONU, el Consejo de Europa o el Parlamento Europeo (Lema, 2015, párr. 3).

Estas iniciativas forjan costumbres participativas en las comunidades donde los ciudadanos aprenden a empoderarse mediante un pensamiento crítico que les permite ser partícipes de las tomas de decisiones de bien común.

Los medios comunitarios capacitan a la ciudadanía para ser no solamente receptores críticos de la información sino para ser sus propios “constructores” o creadores de contenidos informativos, culturales o educativos (Lema, 2015, párr.6).

La razón de ser de los medios de comunicación locales engloba muchas acciones dentro de un amplio espectro social, con características claramente marcadas en la definición conceptual de medios de comunicación rurales o comunitarios, según Luna (2007):

Es aquel medio de comunicación, con sede, por lo general, en la cabecera de una región del país, que cubre información, se distribuye o ingresa más allá del cantón o cabecera principal de esa zona geográfica; nunca su cobertura es tan amplia como para adquirir la denominación de medio nacional. Tiene un papel preponderante en informar, con mayor amplitud o en forma exclusiva y participación ciudadana, de temas y personas que los medios nacionales, por lo general, no toman en cuenta. Por su proximidad con los habitantes de la zona ejerce un papel fiscalizador del trabajo de las autoridades regionales: municipalidades, organizaciones y asociaciones, así como funcionarios e instituciones públicas ubicadas en el área de cobertura. Por su función social, se deben, en gran medida a su audiencia; y jamás son creados sólo para canalizar

publicidad estatal o de empresas privadas; sin que ello signifique que puedan sobrevivir sin anunciantes, pues esta fuente de financiamiento es requerida para funcionar como empresas independientes (p.45).

El trabajo realizado por los medios de comunicación rurales, como se ha mencionado en varias oportunidades a lo largo de esta investigación, tiene no sólo mucho sentido de existencia, sino que, sobre todo, mucha importancia en el aporte social.

Así lo destaca Luna (2007):

La importancia de los medios regionales puede resumirse en cuatro aspectos: 1- Ayudan a la democratización de la información. 2. Compensan la concentración de medios nacionales en manos de pocos empresarios. 3. Dan voz a los diferentes actores sociales de las regiones donde se desarrolla su actividad informativa, lo que contribuye a la identidad cultural y a la toma de decisiones. 4. Facilitan que los ciudadanos tengan más opciones de información, entretenimiento, educación y decisión política (p.47).

Como se ha explicado, los medios de comunicación rurales o comunitarios cumplen un papel fundamental en la democratización de la información y en el empoderamiento de las comunidades, dándoles herramientas que les permiten ser críticos, generar opinión, tener una visión más clara de los acontecimientos y alzar su voz en respaldo a sus ideales.

Para lograr cumplir todo lo mencionado anteriormente, un medio de comunicación rural debe acompañar su gesta de la mano de un periodismo de calidad, serio, objetivo, responsable, que no responda a intereses políticos, religiosos ni comerciales, y que se gane la confianza del lector y de la comunidad en general contribuyendo, con su información y formación participativa, al desarrollo social local.

Cuando se habla de periodismo, hay que recordar que existen varias “ramificaciones” o categorías que pueden ser desarrolladas según el tipo de información a publicar o público meta al que se quiera llegar, como: Periodismo Deportivo, Periodismo Investigativo, Periodismo Ciudadano, Periodismo Turístico o Periodismo Social, por citar algunos ejemplos.

Es, precisamente el Periodismo Social, por su concepto, características y razón de ser, un complemento ideal para desarrollar a través de un medio de comunicación rural o comunitario.

Durante la recopilación y análisis de datos, se logra conocer los temas que actualmente ofrecen al público los medios de comunicación con formatos digitales costarricenses con respecto a danza y cultura, así como la forma en que lo hacen. Se logra también especificar el contenido de interés por parte del público meta acerca de temas relacionados con danza en Costa Rica.

Además, se analiza la percepción del nicho costarricense de bailarines ante la existencia de un medio de comunicación digital especializado en danza y se examinan varias formas de rentabilizar el medio de comunicación.

Orozco (2012), considera que:

Un medio de comunicación efectivo entre todos los ciudadanos y los grupos cantonales permitirá que se logre hacer una agenda de trabajo; en la que se establezcan las prioridades por atender, haciendo una diferenciación entre lo urgente y lo importante. Donde lo urgente es lo que lleva a solucionar problemas inmediatos, y lo importante son los problemas de soluciones integrales, en que el beneficio es colectivo ya que permite un desarrollo que se mantiene en el tiempo. Para establecer una estrategia comunicativa de acuerdo con las necesidades y alcances de los procesos de gestión efectivos por parte de las asociaciones comunales, es de imperiosa necesidad que en el proceso de comunicación que se establezca en Alajuelita participen todos los grupos organizados, los ciudadanos y las instituciones (p.172).

La iniciativa involucra la participación ciudadana dentro del contexto noticioso, además de que desarrolló como instrumentos de recolección de datos: la entrevista, el cuestionario y la información documental aportada por las unidades de análisis de la muestra seleccionada.

Tras el análisis de los datos se cumplen los objetivos de la investigación y se concluye la factibilidad de establecer un espacio de comunicación alternativo o comunal en el cantón de Alajuelita que permita llenar el vacío informativo que la investigación demostró que existe en la comunidad.

Hasta el momento, las teorías y las referencias expuestas nos dan un panorama preliminar de que sí es factible implementar un medio de comunicación escrito con énfasis en Periodismo Social en el cantón Río Cuarto de Alajuela. ¿Cómo implementarlo? En el siguiente capítulo se aborda.

Teorías de la comunicación

Esta investigación se apoya en teorías que analizan la comunicación y el periodismo, utilizando como base de sustento, la opinión, criterio e investigación de pensadores y estudiosos del tema.

Una de ellas es la Teoría de la Comunicación, que, partiendo desde el concepto más básico, la comunicación se define como la búsqueda de los medios posibles de persuasión, proceso en el cual un emisor busca dar un mensaje a un receptor.

“Aristóteles (384.322 A.C) definió la comunicación la primera vez, como la búsqueda por todos los medios de persuasión y organizó su trabajo en tres modelos: 1. La persona que habla - Quién. 2- El discurso que pronuncia - Qué. 3- La persona que escucha - Quién”. (O’Sullivan, 1996, p.27).

Por su parte, la comunicación para Scudder (1980) citado por Varela (2018) sostiene:

Que todos los seres vivos del planeta tienen la capacidad de comunicarse. Esta comunicación se da a través de movimientos, sonidos, reacciones, cambios físicos, gestos, el lenguaje, la respiración, transformaciones del color, entre otros. Se establece en esta teoría que la comunicación es un medio necesario para la supervivencia y existencia de los seres vivos y que permite a estos dar

información sobre su presencia y estado. La comunicación se usa para manifestar los pensamientos, sentimientos, necesidades biológicas y cualquier tipo de información relevante sobre el estado de un ser vivo (p.67).

A efectos de esta investigación, la Teoría de la Comunicación se ajusta a la perfección con los objetivos acá planteados, pues se busca lograr ejercer comunicación haciendo llegar un mensaje (noticias) a los ciudadanos (receptores) por un medio (periódico) proveniente de un emisor (medio de comunicación rural).

Otro apoyo teórico es la Teoría del Periodismo. La historia del periodismo es intrínseca a la comunicación, son la mancuerna perfecta cuando se quiere democratizar la información a través de la naturaleza propia de la comunicación, vista ya en las raíces de la Teoría de la Comunicación y materializada a través del periodismo.

Peña (2009), afirma que la naturaleza del periodismo reside en el miedo:

Afirmo que la naturaleza del periodismo reside en el miedo. El miedo a lo desconocido, que induce al hombre a querer exactamente lo contrario, es decir, conocer. Y así, cree que puede administrar la vida, de manera más estable y coherente, sintiéndose un poco más seguro, para afrontar la rutina aterradora del medio ambiente. Pero, para eso es necesario traspasar los límites, superar barreras, emprender. No basta con producir científicos y filósofos, o incentivar navegantes, astrónomos, y otros viajeros. También es preciso que narren y transmitan informaciones a otros miembros de la comunidad que buscan la seguridad y la estabilidad del conocimiento. A eso, bajo ciertas circunstancias éticas y estéticas, puedo denominar periodismo (p.25).

Precisamente, la definición anterior concuerda con las bases de esta investigación, expandir el conocimiento mediante la narración y la transmisión de informaciones a los miembros de una comunidad que está carente de un medio por el cual se le canalicen las noticias que más impacto sea positivo o negativo les impactan directa o indirectamente.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Este capítulo permite describir la metodología utilizada para responder las preguntas de investigación mediante el conocimiento de los diferentes apartados que hacen posible la ejecución del trabajo planteado.

Para que los objetivos propuestos sean cumplidos, debe haber buen conocimiento del enfoque de la investigación, de las muestras, de las variables, de los instrumentos, de los datos y del estudio de la información recolectada.

Tiene que existir buen manejo del espacio geográfico, de la población a impactar, de las características propias de la región en donde se ejecutará el estudio, de las necesidades informativas del lugar, de los flujos de comunicación existentes y de si existe un verdadero interés comunal de que se establezca un medio de comunicación local.

Hurtado y Toro, 2007, explican que:

El diseño del marco metodológico constituye la médula de la investigación. Se refiere al desarrollo propiamente dicho del trabajo investigativo: la definición de la población sujeta a estudio y la selección de la muestra, diseño y aplicación de los instrumentos, la recolección de los datos, la tabulación, el análisis y la interpretación de los datos (p.90).

Todos los aspectos mencionados, bien analizados, permitirán el éxito de la meta final en cuanto al establecimiento de un medio de comunicación rural en el cantón Río Cuarto.

Enfoque

En este apartado se conoce el enfoque utilizado en la investigación, que es mixto, debido a que el trabajo se alimenta de datos, hechos, procesos, estructuras e investigaciones, al lado de la medición de elementos, conocimiento de percepciones y aspectos subjetivos, así como elementos cuantificables o medibles, o sea, utiliza variables tanto cualitativas como cuantitativas.

El enfoque mixto permite analizar las cualidades de ambos enfoques de investigación, mismas que resultan valiosas y que han realizado aportaciones notables al avance de la ciencia, comparativamente hablando ninguno es mejor que el otro, la combinación de ambos permite obtener mejores resultados en la investigación (Ruiz, Barboza y Rodríguez, 2013. p.9).

Es precisamente con la recolección y análisis de los datos, las variables, los hechos y demás elementos estudiados, que se interpretan los aspectos más relevantes que permiten avanzar en el objeto de investigación, es decir, que ayudan a establecer la conveniencia de desarrollar un medio de comunicación con énfasis en Periodismo Social en una comunidad rural como Río Cuarto.

Las conclusiones desarrolladas mediante la información recabada bajo un marco mixto ayudan a determinar las necesidades de divulgación de noticias en el cantón Río Cuarto, conocer los flujos comunicación que utiliza la comunidad para informarse de lo que sucede en su comunidad, si a la población meta le interesa el desarrollo de un medio de informativo local en formato periódico, en fin, aquellas respuestas que definen el norte de la investigación.

Diseño/Método

Aquí se conoce el método o diseño general a utilizar para construir la investigación, mediante el desglose de estrategias a seguir con tal de obtener respuestas a los planteamientos.

Hernández et al., (2014):

El diseño, al igual que la muestra, la recolección de los datos y el análisis, va surgiendo desde el planteamiento del problema hasta la inmersión inicial y el trabajo de campo y, desde luego, sufre modificaciones, aun cuando es más bien una forma de enfocar el fenómeno de interés. Dentro del marco del diseño se realizan las actividades mencionadas hasta ahora: inmersión inicial y profunda en el ambiente, estancia en el campo, recolección de los datos, análisis de los datos y generación de teoría (p.470).

El diseño o método es básicamente la estructura, el cuerpo, el esqueleto de la investigación, comprende la planificación de lo que se debe hacer y seguir para lograr los objetivos del estudio, la cual debe ser cuidadosamente construida para lograr una investigación de calidad.

Se definen diversas tipologías de los diseños mixtos. Como es difícil resumirlas en estas líneas, habremos de adoptar la más común y reciente y que no abarca todos los marcos interpretativos, pero sí los principales.

Tal clasificación considera los diseños: a) DEXPLOS, b) DEXPLIS, c) DITRAS, d) DITRIAC, e) DIAC, f) DIACNIV, g) DISTRAC y h) DIM, correspondientes a estudios de caso mixto.

Para efectos de esta investigación se utilizará el diseño DITRIAC, debido a que se ajusta según sus características, a la metodología a emplear en esta investigación, donde es fundamental la participación de la comunidad en estudio para la recolección de información y análisis de datos.

Hernández et al., (2014), explican cuando se utiliza el diseño DITRIAC:

Se utiliza cuando el investigador pretende confirmar o corroborar resultados y efectuar validación cruzada entre datos cuantitativos y cualitativos, así como aprovechar las ventajas de cada método y minimizar sus debilidades. Puede ocurrir que no se presente la confirmación o corroboración. De manera simultánea se recolectan y analizan datos cuantitativos y cualitativos sobre el problema de investigación aproximadamente en el mismo tiempo. Durante la interpretación y la discusión se terminan de explicar las dos clases de resultados, y generalmente se efectúan comparaciones de las bases de datos (p.557).

Por esa línea, el enfoque mixto acuerpa el objetivo intrínseco de esta investigación, que es solventar una necesidad en una comunidad específica permitiendo a la vez un cambio

social, una visión concreta de la realidad y la participación a conciencia de la población en el proceso de transformación hacia esa mejora social.

Hernández et al., (2014), detallan que:

Las investigaciones mixtas bajo enfoque DITRIAC incluyen los resultados estadísticos de cada variable o hipótesis cuantitativa, seguidos por categorías y segmentos (citas) cualitativos, así como teoría fundamentada que confirme o no los descubrimientos cuantitativos. Una ventaja es que puede otorgar validez cruzada o de criterio y pruebas a estos últimos, además de que normalmente requiere menor tiempo para ponerse en marcha (p.557).

Para la realización exitosa de la investigación, Bernal (2010), menciona que deben seguirse tres acciones básicas mediante un proceso estructurado, consideradas etapas, que son: fase inicial o de contacto con la comunidad, fase intermedia o de elaboración del plan de acción y fase de ejecución y evaluación del estudio (p.61).

Siguiendo los lineamientos de esas tres acciones básicas descritas por Bernal (2010), esta investigación plantea una estructura cuyo proceso de elaboración las tiene contempladas.

Fase inicial o de contacto con la comunidad

En el presente proyecto, como parte de la investigación, se interactúa con la comunidad y los diferentes canales de información local que se utilizan, con objeto de recolectar información documental y del entorno que justifique el poner en contexto la propuesta principal de conocer la factibilidad de establecer un medio de comunicación escrito en el cantón Río Cuarto.

Según Bernal (2010):

En esta fase, los expertos en investigación entran en contacto con los sujetos de la investigación (grupo o comunidad donde se pretende llevar a cabo el estudio). Los expertos empiezan a motivar en la comunidad el interés por

investigar su realidad, para dar solución a algún(os) problema(s) o satisfacer alguna(s) necesidad(es), y a favor de una mejora continua (p.63).

Fase intermedia o de elaboración del plan de acción

Esta investigación, una vez finalizados los diagnósticos situacionales, informativos y de opinión, se elaboran, validan y aplican las herramientas de recolección de los principales datos mediante la selección de una muestra de participantes y los diferentes procesos de estudio que abarcan técnicas participativas como encuentros comunales, entrevistas, cuestionarios o foros.

Bernal (2010), explica que:

Desde la colectividad se definen las acciones por llevar a cabo y la manera de hacerlo; asimismo, se definen las técnicas y herramientas para la obtención de información en el análisis y la solución del problema. Para ello, se utilizan técnicas como reuniones, registros de diarios de campo que van elaborándose durante el proceso del estudio, socio-dramas, entrevistas, observación estructurada, experiencias autobiográficas, diálogos anecdóticos, historias de vida, etcétera (p.63).

Fase de ejecución y evaluación del estudio

Una vez finalizadas las anteriores dos etapas, Bernal (2010), agrega que:

En esta fase, de manera sistemática, se comienza con la participación de la comunidad o el grupo para darle solución al problema objeto del estudio. Necesariamente se debe llegar a la solución del problema y, por ende, a la transformación de la realidad que en ese momento vive la población sujeta del estudio (p.63).

En cuanto a la cita anterior, esta hace congruencia con el objetivo fundamental de la presente investigación, que es resolver la necesidad dada en la comunidad objeto de estudio e

ir aún más allá, propiciando la participación ciudadana involucrando de lleno a la población en la búsqueda y aplicación de soluciones a problemas que les permitan un marcado desarrollo comunal y cambio social en beneficio común. Es aquí donde damos solución al problema.

En resumen, podemos acotar que para poder desarrollar la investigación de manera correcta con tal de que dé resultados positivos, debe haber primero un contacto real, un verdadero acercamiento e interacción con la población en estudio para palpar de primera mano el problema o necesidad que presenta.

De esa forma, conocida la realidad que viven, se coordinan los pasos a ejecutar y los mecanismos a utilizar para recopilar la información que se va a analizar y que oriente a la respuesta de causas, detonantes, acciones a seguir, soluciones, etcétera, que den paso a solventar el problema.

Como ya fue conocido, el trabajo acá descrito se desarrolla bajo el lineamiento DITRIAC, y toma como prioridades líderes comunales, asociaciones, instituciones, cámaras, comercio, Iglesia y ciudadanía en general del nuevo cantón Río Cuarto de Alajuela.

Así lo destaca (Hacker, 2013 y Eng, 2013), citado por Hernández et al. (2014), al decir que; “se considera a los miembros de la comunidad como expertos en la misma, por tal motivo sus “voces” resultan esenciales para el planteamiento y la soluciones” (p.501).

Los miembros de la comunidad son los principales proveedores y fuentes de datos relacionados a la necesidad informativa que se quiere solventar en el presente trabajo investigativo y los principales beneficiados una vez las soluciones planteadas se concreten.

Investigación exploratoria

Es importante señalar que esta investigación se define como exploratoria, porque si bien es cierto existen estudios similares sobre el establecimiento de medios de comunicación rurales, se carece de documentación alguna, sea estudios, tesis, análisis, noticias, investigaciones o demás, relacionadas específicamente al establecimiento de un medio de

comunicación escrito (periódico) con énfasis en periodismo social para el cantón Río Cuarto de Alajuela, ni nada que busque resolver la necesidad informativa de temas de interés público para dicha comunidad.

Fernández (2006) se refiere así a la investigación exploratoria:

La investigación exploratoria se realiza cuando se conoce muy poco sobre un concepto constructo o materia. También se le suele llamar investigación inductiva. Las investigaciones exploratorias proporcionan información de un reducido grupo de personas, situaciones u organizaciones con el objetivo de obtener un conjunto de proposiciones contrastables que representen una teoría (p. 3).

La investigación exploratoria desarrollada en este trabajo también permite dejar un apoyo didáctico, informativo o educativo, para futuros trabajos similares relacionados a la zona geográfica en estudio, y que al analizado pueda servir de referencia.

Población y muestra de la investigación

La muestra de investigación describe la zona geográfica, población, grupo de interés, o el contexto donde se ejecuta el estudio para esta investigación y que permite la recolección de datos para el análisis respectivo que arroje las acciones definitivas a seguir con tal de lograr las soluciones requeridas.

Hernández et al., (2014), definen a la muestra como “un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (p.173).

Dentro del área delimitada, Río Cuarto, los líderes comunales, las asociaciones de desarrollo, las instituciones, las organizaciones, el comercio, la Iglesia y la ciudadanía se garantizan como los mayores proveedores de datos necesarios para el análisis respectivo.

Nadie mejor que esos sectores conocen al dedillo la situación actual que viven en cuanto al tema informativo de noticias de interés social y de la falta de medios de comunicación que cumplan la labor de democratización de la información, permitiendo a la comunidad exponerlos, tratarlos y buscarles una solución conjunta con las entidades gubernamentales correspondientes.

El territorio en estudio consta de 254,2 kilómetros cuadrados con una población de 14.478 habitantes al 2016 en 33 poblados distribuidos a lo largo y ancho del cantón (MIDEPLAN, 2017, p. 65).

Dentro de la gama de sectores que conforman el contexto social del lugar hay asociaciones de desarrollo integral, una cámara de turismo, diversidad de comercios, actores productivos como la ganadería, la porcicultura y la agroindustria, Asadas, Cruz Roja, Fuerza Pública, Bomberos, Ebais, congregaciones religiosas, escuelas, colegios e instituciones gubernamentales, estas últimas aunque no tienen sede física en el sitio en específico, dan cobertura desde una sede regional ubicada en otros cantones aledaños, como San Carlos o Sarapiquí.

La muestra a analizar no abarca la totalidad de actores sociales presentes en el cantón Río Cuarto, pero sí plantea involucrar a un máximo definido, dejando en claro que no se aplica algún método estadístico en específico y que es realizada a conveniencia del investigador, sin universalizar los resultados en toda la población del territorio en estudio.

En ese aspecto, para esta investigación se utiliza una muestra probabilística, en la que según Hernández et al., (2014):

Todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo/análisis” (p.175).

El objetivo de la muestra a utilizar busca entonces comprender los resultados logrados para canalizar opiniones en común que permitan establecer una respuesta en torno a la

necesidad planteada para luego exponerla en búsqueda de una solución enmarcada dentro de un abanico enriquecido en puntos de vista y criterios.

A partir de ese fundamento, la selección de los participantes en la muestra se realiza a través del conocimiento de los diferentes grupos sociales activos en el cantón Río Cuarto y la conveniencia propia de la facilidad de aplicarles las herramientas de consulta.

Como parte de dicho proceso, se propone trabajar con una muestra inicial de 10 personas, a las que se entrevista, mediante una elección dada por conveniencia de facilidad de localización y distancia de viaje, pues los recorridos entre comunidades en su mayoría son largas a través de caminos en mal estado conformados por lastre o tierra, pasos que se complican con las lluvias.

La muestra está clasificada en siete grupos sectoriales distribuidos de la siguiente manera: dos presidentes de asociaciones de desarrollo, dos líderes comunales, dos comerciantes, un miembro de la Cámara de Turismo, un jerarca de instituciones públicas, un directivo de Asadas, un director de colegio.

El octavo grupo sectorial es la ciudadanía, cuya muestra es de 193 personas de la población en general, aplicando equidad participativa sin discriminar edad o género. Para determinar la muestra del grupo poblacional de 193 personas se utilizó el método que se muestra en la imagen:

Tabla 1. Variables de la investigación. Ecuación de la muestra

<i>Fórmula para determinar el tamaño de la muestra</i>	<i>Resultado</i>
$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$	193
<i>n</i> = el tamaño de la muestra.	
<i>N</i> = tamaño de la población.	14.478
σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.	0,5
<i>Z</i> = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.	1,96
<i>e</i> = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.	0,07

Fuente: Elaboración propia, utilizando fórmula para determinar el tamaño de la muestra. (2018).

Para lograr la recolección de la muestra, se aplicarán dos instrumentos consultivos, uno específico para presidentes de asociaciones de desarrollo, líderes comunales, comerciantes, miembro de la Cámara de Turismo, jerarca de instituciones públicas, directivo de Asadas, y director de colegio, y otro para la ciudadanía en general. Instrumentos que serán desarrollados en un apartado más adelante.

La muestra permite entonces, a través de las herramientas de consulta, recabar datos para su posterior estudio y conocimiento, permitiendo luego la consecuente aplicación de acciones que ayuden a extraer las conclusiones requeridas para solventar el problema analizado.

Unidades de Análisis y Variables

Al poseer esta investigación un enfoque mixto, corresponde desarrollar las llamadas unidades de análisis, definidas por Azcona, M., Manzini, F. y Dorati, J. (2013) como el “tipo de objeto delimitado por el investigador para ser investigado” (p.69).

Así, las unidades de análisis responden, mediante los instrumentos investigativos, a lo que se puede llamar como variables, que son aquellos objetos de estudio que se quieren comprobar, siendo esas variables en la presente investigación las siguientes:

1) Necesidades de divulgación, 2) flujos de información y 3) opinión comunal. Estas variables corresponden a objetivos específicos y cada una utiliza instrumentos en particular, según se detalla en el cuadro a continuación:

Tabla 2. Variables de la investigación

Objetivo	Unidades de análisis	Variable conceptual	Variable operacional	Variable instrumental
Estudiar la	Factibilidad de	Posibilidad de factibilidad o de que	Factibilidad que tiene el	Entrevistas de profundidad

factibilidad de implementar un medio de comunicación escrito con énfasis en Periodismo Social para el cantón Río Cuarto de Alajuela.	crear un medio alternativo.	pueda crearse o implementarse un medio de comunicación.	medio de comunicación de establecerse como una fuente informativa y de conocimiento del acontecer local.	a líderes comunales y cuestionarios a población en general seleccionada al azar.
Determinar las necesidades de divulgación de noticias en el cantón Río Cuarto.	Necesidades de divulgación.	Carencias en la transmisión o distribución de información de interés comunal que deben ser solventadas.	Determinar esas necesidades o carencia que tiene la comunidad en el tratamiento y distribución de información.	Entrevistas a profundidad y cuestionario.
Conocer los flujos comunicación que utiliza la comunidad para informarse del acontecer local.	Flujos de información comunitarios.	Aquellos mecanismos utilizados que permiten llevar información de interés comunal a la población.	Registrar los medios utilizados por la comunidad para transmitir información de interés general.	Entrevistas a profundidad y cuestionario.
Saber la opinión comunal sobre el establecimiento de un medio de comunicación en Río Cuarto.	Opinión comunal.	Lo que piensan las personas de la comunidad, su sentir, su criterio o parecer.	Aplicación de preguntas mediante un cuestionario que busca respuestas propias a la necesidad planteada.	Entrevistas a profundidad y cuestionario.

Fuente: Elaboración propia.

Es importante aclarar que los instrumentos utilizados se ejecutan en la búsqueda de respuestas a las variables, sin embargo, a pesar de que a cada unidad de análisis se le consultará por ambas variables, el instrumento a utilizar no es el mismo para cada unidad de

análisis, entendiendo entonces que a un grupo de la muestra se le aplicará un instrumento y a otro grupo de la muestra otro instrumento.

Instrumentos

Para que la presente investigación muestre resultados que pueden tomarse como confiables y válidos, es inherente que la buena recopilación de la información se dé mediante el buen uso de las técnicas de recolección que permiten obtener, de la propia fuente, los datos que ayudan a responder los objetivos planteados.

Según De Valero (2000), citado por Hernández (2013):

Las técnicas de recolección de datos comprenden procedimientos y actividades que le permiten al investigador obtener la información necesaria para dar respuesta a su pregunta de investigación. Se pueden mencionar como técnicas de recolección de información la observación (ver o experimentar), la encuesta (preguntar), la entrevista (dialogar), la revisión documental (leer), y las sesiones en profundidad (hacer o participar) (párr.14).

Apoyándose en estos lineamientos, las técnicas utilizadas en el presente estudio son la encuesta y la entrevista, pues basa su recolección de datos mediante consultas y conversaciones con la muestra definida, que son los representantes de instituciones locales y comunidad en general, actores que cumplen papel de fuentes primarias.

De acuerdo con Cerda (1998), citado por Bernal (2010), “usualmente se habla de dos tipos de fuentes de recolección de información: las primarias y las secundarias” (p.191).

Las definiciones conceptuales de las dos fuentes de recolección de información, según Bernal. (2010), son:

Fuentes primarias: Son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información. Es también conocida como información de primera mano o desde el lugar de los hechos. Estas fuentes son las personas, las organizaciones, los acontecimientos, el ambiente

natural, etcétera. Fuentes secundarias: Son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o las situaciones, sino que sólo los referencian. Las principales fuentes secundarias para la obtención de la información son los libros, las revistas, los documentos escritos (en general, todo medio impreso), los documentales, los noticieros y los medios de información (pp. 191-192).

Así, el proceso de recolección de información se ajusta a dos escenarios concretos de la muestra, cada uno ajustado a una técnica de recolección específica utilizando fuentes primarias para la obtención de los datos.

El primer escenario, cuyas unidades de análisis son representantes de asociaciones de desarrollo, comercio, Cámara de Turismo, instituciones públicas, Asadas, colegios y líderes comunales, aplica como técnica la entrevista, mientras que el segundo escenario, cuya unidad de análisis es la ciudadanía en general, utiliza la encuesta. Ambas técnicas se exponen a continuación.

Entrevista

Para efectos de recopilación de información en la presente investigación se utiliza en primera instancia como técnica de recolección de datos la entrevista, definida por Bernal (2010), como una:

Técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. A diferencia de la encuesta, que se ciñe a un cuestionario, la entrevista, si bien puede soportarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta. Durante la misma, puede profundizar la información de interés para el estudio” (p.194).

En este punto, con el objetivo de recopilar datos de fuentes primarias, se aplicará una entrevista individual al primer grupo de unidades de análisis que son un representante de una

asociación de desarrollo integral, un líder comunal, un jerarca de una institución pública y un director de colegio, para un total de cuatro entrevistas individuales.

Mediante este proceso se conocen las necesidades de divulgación de noticias e información en el cantón Río Cuarto, o sea, se determinan las carencias existentes en materia de transmisión o distribución de información de interés comunal que deben ser solventadas desde el punto de vista de los entrevistados.

También se retratan, desde la perspectiva de las fuentes primarias, aquellos flujos de comunicación que utiliza la comunidad para informarse del acontecer local, siendo más específicos, se expresan esos mecanismos utilizados en la localidad que permiten llevar información de interés comunal a la población.

Acá el investigador interactúa directamente con el entrevistado (unidad de análisis) quien aportará información partiendo de su propia experiencia relacionada al tema de estudio a través de diferentes preguntas que funcionan como base o guía, según el método de entrevista a realizar. Huamán. (2005) explica que existen tres métodos esenciales para entrevistar a ser: por teléfono, por correo o de manera personal (p.23).

Para efectos de una mejor comprensión de las respuestas la entrevista se efectúa de manera personal pues permite una mejor interacción y empatía entre el investigador y el investigado, y, por consiguiente, mejor comunicación. “Las entrevistas personales puede establecer una relación de confianza con quien responde, permitiendo la realización de preguntas más sensibles y con respuestas de mayor profundidad” (Huamán, 2005, p.25).

El tipo de entrevista, además de ser personas como ya se conoce, también es no estructurada, o sea, con preguntas abiertas, que permite al entrevistado dar puntos de vista más allá de la consulta realizada y al investigador plantear preguntas adicionales si las respuestas recibidas dan cabida a temas de interés relacionados a lo que se consulta.

“La entrevista no estructurada se asemeja a la discusión normal: el encuestado tiene la opción de añadir comentarios que considera pertinentes y si el entrevistador encuentra estos

nuevos temas interesantes, puede seguir esa pista y plantear preguntas adicionales basadas en los puntos de vista nuevos” (Huamán, 2005, p.21).

Para tal fin se establecieron 12 preguntas abiertas, dirigidas al primer grupo de análisis de la muestra conformado por cuatro personas (miembros de organizaciones, instituciones y líderes comunales), las cuales conoceremos más adelante en el apéndice, con el fin de lograr un mayor grado de libertad de respuesta en los entrevistados, mediante consultas específicamente relacionadas a las necesidades de divulgación de información y los flujos de información que tiene la comunidad de Río Cuarto.

El número de la muestra se decidió por conveniencia propia tomando en cuenta la importancia de las organizaciones o instituciones que representan, distancias a recorrer para realizar las entrevistas, disponibilidad de la persona de ser entrevistada, o su legado como líder comunal o influencia en la toma de decisiones de la comunidad.

En el cuadro de abajo (tabla 3) se identifican los nombres, cargos, y entidad a la que representan los entrevistados y la fecha en la que se les aplica la entrevista.

Tabla. 3. Lista de representantes de sectores comunales entrevistados.

N°	Nombre y apellido	Cargo	Relación con la investigación	Fecha/hora/lugar
1	Doris Rojas Morera	Fiscal Concejo de Distrito de Santa Rita.	Fuente primaria de recolección de información	Sábado 10 de noviembre de 2018. 9:00 am Casa de habitación
2	Marcelo Alvarado	Líder comunal	Fuente primaria de recolección de información	Sábado 10 de noviembre de 2018. 11:00 am Casa de habitación
3	Verna Céspedes Rojas	Directora Liceo La Amistad de Río Cuarto	Fuente primaria de recolección de información	Sábado 10 de noviembre de 2018. 1:00 pm

				Casa de habitación
4	Vivian Medina Jiménez	Directora Regional Defensoría Habitantes	Fuente primaria de recolección de información	Sábado 10 de noviembre de 2018. 3:00 pm Casa de habitación

Nota. Elaboración propia.

Encuesta

Dentro del proceso de recopilación de datos para efectos investigativos del presente estudio, además de la entrevista, método que ya fue expuesta en el apartado anterior, se tiene como segundo escenario la encuesta.

Este método se presenta mediante una serie de preguntas escritas a través de un cuestionario que se le da al segundo grupo de unidad de análisis, en este caso a 193 personas de la comunidad, seleccionadas al azar dentro del área geográfica de interés que es Río Cuarto.

La encuesta se realizará mediante un cuestionario aplicado a la muestra establecida. Hernández et al., (2014), considera que el cuestionario es un conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir. Además, agrega que esas preguntas pueden ser abiertas o cerradas (p.217).

En el cuestionario aplicado para esta investigación se utilizan preguntas cerradas, donde se le dan al encuestado una lista de opciones para que se delimite a estas y escoja la que más se ajusta a su propio criterio, sin intermediación o coacción alguna del entrevistado. “Las preguntas cerradas son aquellas que contienen opciones de respuesta previamente delimitadas. Resultan más fáciles de codificar y analizar” (Hernández et al., 2014, p.217).

El cuestionario no requiere datos personales del encuestado porque dicha información no es relevante para la investigación, y porque al ser anónima se genera mayor confianza en la

persona que responde, debido a que la solicitud de datos personales por lo general causa algún tipo de recelo en los encuestados que podría influir a la hora de dar las respuestas.

En total se disponen de 10 preguntas en un orden lógico que va desde la consulta sobre la lectura de medios impresos, pasando por qué tipo de información prefiere leer, siguiendo con si estaría de acuerdo en la creación de un medio de comunicación en Río Cuarto y finalizando con la forma en la que estaría dispuesto a conseguir un ejemplar del medio. El cuestionario de consultas puede observarse más adelante en el apéndice.

La decisión de elegir los métodos, en este caso entrevista y encuesta, se ajustan a la necesidad de hacer sencilla la comprensión de información recabada, además de que resulten amigables para la población muestra, permitiendo así facilidad en la recolección de los datos.

Proceso para la recolección de datos

Este apartado presenta el proceso que permite la recolección de los datos que son obtenidos mediante los métodos ya mencionados y que son fundamentales para su posterior análisis y comprensión, generando el conocimiento que ayuda a poder aclarar las dudas concernientes a los objetivos de la presente investigación.

Los datos requeridos serán acopiados en campo, o sea, en el área específica de estudio, Río Cuarto, pues permite interactuar cara a cara con las personas (unidades de análisis) de la muestra seleccionada.

“La recolección debe ocurrir en ambientes naturales y cotidianos de los participantes, para comprender, en su vida diaria, cómo hablan, en qué creen, qué sienten, cómo piensan, cómo interactúan, entre otros aspectos de su genuina convivencia (Hernández et al., 2014, p.397).

Sin embargo, para poder hacer el correcto levantamiento de la información requerida, debe orquestarse un cuidadoso plan que muestre el camino correcto a seguir a la hora de recabar los datos con tal de que no se deje nada a la ligera, a la suerte, a la improvisación, que pueda dar al traste con la investigación.

Hernández et al., (2014), explica que “la recolección de los datos significa elaborar un plan detallado de procedimientos que conduzcan a reunir información con un propósito específico” (p.198).

Para ser más claros, ese plan detallado ayuda a optimizar tiempo y recursos, facilita un registro claro y conciso de los datos, y calendariza las acciones requeridas para la aplicación de los métodos de recolección de información, o sea, permite un planificado cronograma de trabajo en campo”.

Como parte de este proceso, en primera instancia se agendan las entrevistas a realizar al primer grupo de unidades de análisis de la muestra seleccionada, que son líderes comunales y representantes de instituciones.

Así, la entrevista, que consta de 12 preguntas, se aplica por igual a una representante del Concejo de Distrito de Santa Rita, a la directora del Liceo La Amistad de Río Cuarto, a la directora regional de la Defensoría de los Habitantes y a un líder comunal.

Ellos representan diferentes sectores sociales de la localidad en estudio, por lo que tienen una visión más detallada y profunda de las necesidades de información que tiene la comunidad y de los flujos informativos que se utilizan para transmitirla.

Para esto, mediante llamada telefónica se acordaron y agendaron citas con tal de poder encontrarse cara a cara con cada uno de ellos y aplicarles la entrevista, dentro de un lapso que no supere los 30 minutos de conversación para no agotar al entrevistado y para que tampoco se divague en información que no sea de utilidad.

Ese primer contacto con estas personas se consiguió gracias a que la información de los números telefónicos de las instituciones a las que representan son de carácter público y se consiguen en bases de datos del ICE como el 1193, en páginas amarillas, en sus páginas web o de Facebook colgadas en Internet, o bien por conocimiento propio de varios años del entrevistador para con el entrevistado.

Las entrevistas se agendaron en fecha, hora y lugar a convenir por el entrevistado en un sitio neutro con tal de que se sintiera cómodo, seguro, confiado y tranquilo, permitiendo una conversación amena, sin presuras, presiones o incomodidades que afectasen la clara comunicación de ideas a la hora de responder las consultas.

“En entrevistas, como en otro tipo de investigación, la preparación necesariamente influencia al entrevistado. Para minimizar la influencia, es aconsejable elegir un lugar neutro y familiar para el encuestado: su casa, una sala de reuniones, una cafetería u otro entorno apacible donde podamos conversar sin ser molestados y sin prisas” (Huamán, 2005. p.21).

Una vez agendada la visita, como herramientas para registrar de mejor manera las respuestas del entrevistado y darle un posterior análisis, el investigador utilizó una grabadora de voz previo consentimiento del encuestado, una libreta de apuntes de interés y por supuesto un atuendo formal acorde a la cita, con tal de generar confianza y credibilidad. Los datos recolectados se procesaron en un computador para su resguardo y facilidad de análisis.

Lograda la recolección de datos del primer grupo de unidades de análisis, se prosigue con el segundo grupo de la muestra, correspondiente a ciudadanía en general, o sea, personas de la comunidad que no pertenecen a institución alguna y que se caracterizan por ser el típico ciudadano común que converge en una comunidad.

Al grupo en mención se le aplicó una encuesta que permite recabar información mediante preguntas sencillas y cerradas, que dan pie a conocer su opinión respecto a qué piensan ante la posibilidad de que en su comunidad exista un periódico como medio de comunicación.

Para tal fin se preparó un cuestionario con 12 preguntas, aplicado al azar entre la población meta, sin ningún tipo de discriminación sea por género, edad (eso sí, personas mayores de edad) o condición social, ni tampoco ningún tipo de presión o de manipulación a la hora de que contestaran los diferentes ítems.

Así lo describe Grinnell y Unrau. (2007), citados por Hernández et al., (2014):

El aducir que el entrevistador, desde luego, toma una postura reflexiva y procura minimizar la influencia que sobre los participantes y el ambiente pudieran ejercer sus creencias, fundamentos o experiencias de vida asociadas con el problema de estudio. Se trata de que no interfieran en la recolección de los datos para obtener la información de los individuos tal como la revelan (p.398).

Para poder realizar la encuesta, se tomaron como muestra a 193 personas de la comunidad en estudio, y para ello se asistió a actividades consideradas masivas en donde comúnmente se reúne la población.

Entre estas se citan la entrada y salida de los actos religiosos o misas de los días sábados y domingos en la iglesia del distrito Río Cuarto, reuniones informativas sobre el tema del cantonato de Río Cuarto organizadas todos los viernes por el Concejo de Distrito de Santa Rita, actividad de presentación de “Resultados sobre oportunidades de desarrollo para el cantón Río Cuarto” organizada por la iniciativa “Río Cuarto, un cantón para todos”, evento de rally cuatro por cuatro en pista Las Lomas de Río Cuarto, visita a las cabeceras de los distritos Río Cuarto, Santa Isabel y Santa Rita, así como a la comunidad de San Rafael.

El cuestionario se presenta impreso, con un total 193 copias y 10 extras más, dado el caso de que alguno sufra algún daño mientras es llenado, junto con varios bolígrafos para evitar problemas de que alguno no escriba.

El documento, que posee 11 preguntas, está diseñado para ser contestado en un periodo no mayor a los 10 minutos, evitando así que le encuestado se aburra o conteste a la carrera por considerar que lleva mucho tiempo aplicándolo.

Mientras el encuestado contestaba el cuestionario, el investigador se mantenía a una distancia prudente para no generar incomodidad o molestia a la persona, ni tampoco crear desconfianza, eso sí, tampoco a una distancia muy larga que diera pie a que el encuestado considerara que el investigador no le prestaba atención ni importancia mientras llenaba el documento.

Al igual que en la entrevista, el encuestador realizó las encuestas con vestimenta formal y acorde al momento con tal de generar confianza y credibilidad y no ser visto como un simple extraño.

Una vez finalizadas las consultas, todos los cuestionarios fueron cuidadosamente recopilados y almacenados en un portafolio que permitió su traslado seguro, evitando que alguno se extraviara, sufriera algún daño o se mojara.

Logradas las entrevistas y completos los cuestionarios, el investigador procedió al posterior análisis de los resultados con tal de que estos permitan cumplir los objetivos plasmados en el estudio que se realiza del cantón Río Cuarto.

Referente territorial

Río Cuarto es el sexto cantón que agrupa la Región Huetar Norte de Costa Rica, en los que se contabiliza San Carlos, Guatuso, Upala, Los Chiles y una gran parte de Sarapiquí. Se suman los distritos Peñas Blancas de San Ramón y Sarapiquí del cantón central Alajuela.

Hasta el 19 de mayo de 2017, Río Cuarto era un distrito perteneciente al cantón Grecia de la provincia de Alajuela, aunque geográficamente no colindaban por ninguna parte, situación que dificultaba la comunicación con su centro administrativo a ser la Municipalidad de Grecia, ubicada a 65 kilómetros de distancia.

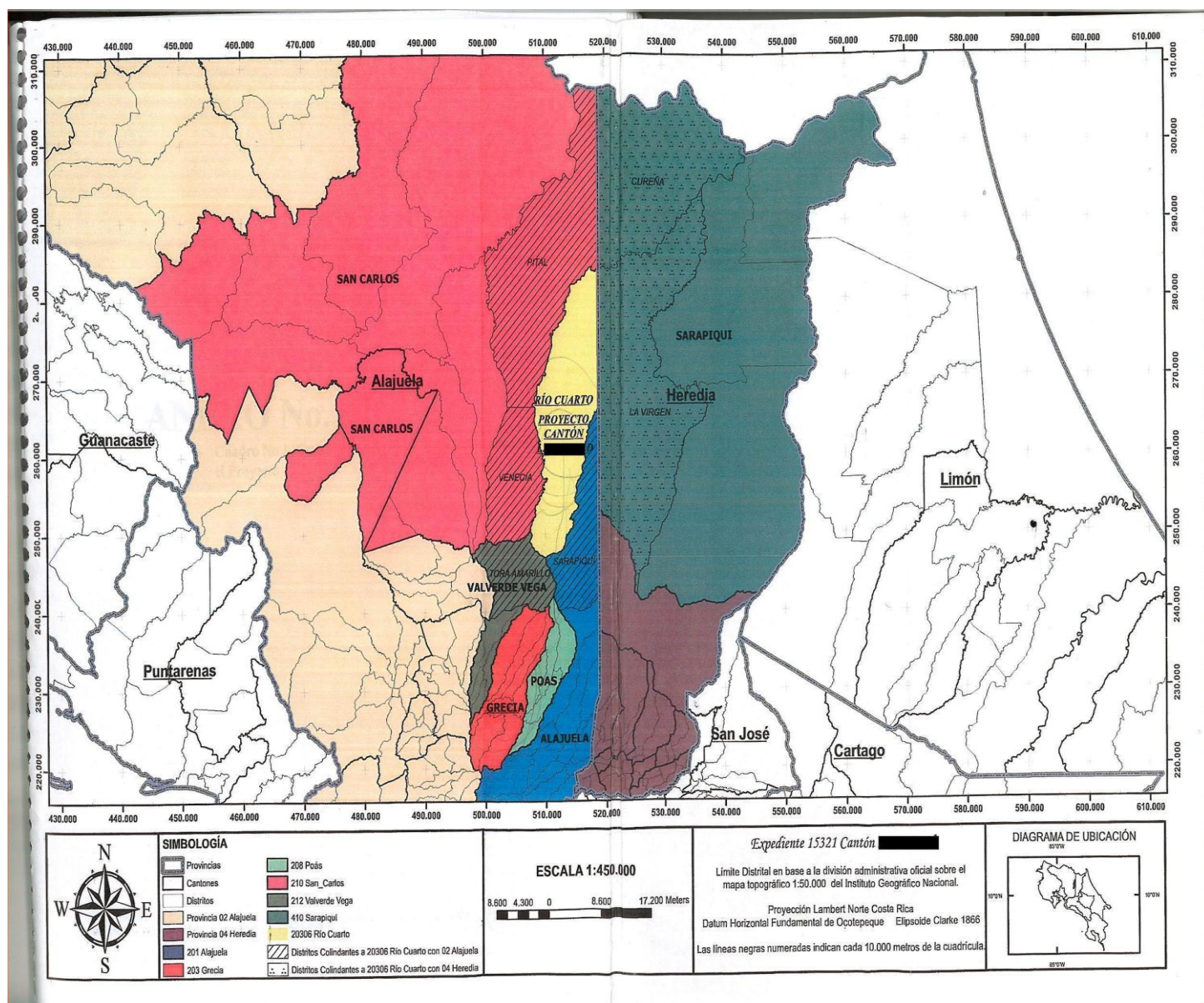
Desde el punto de vista territorial, la ubicación comprendida del área geográfica en mención es intermedia entre los cantones San Carlos de Alajuela y Sarapiquí de Heredia, respondiendo a una realidad económica, social, ambiental e institucional propia de la Zona Norte del país, en contraposición de las características propias de la meseta central, donde se ubica la cabecera cantonal, a ser Grecia, cantón al que pertenecía de Río Cuarto.

El 20 de mayo de 2017, tras aprobación de los diputados de la Asamblea Legislativa de Costa Rica, el entonces Presidente de la República, Luis Guillermo Solís Rivera, firmó la Ley N° 9440 que segrega a Río Cuarto, de Grecia, y le da autonomía propia, convirtiéndolo así en el cantón número 16 de la provincia de Alajuela y el número 82 de la República.

Se localiza a 74 kilómetros de la capital, San José, con un tamaño de 254,2 kilómetros cuadrados y su extensión geográfica se distribuye de sur a norte. Al 2016, registraba una población de 14 478 habitantes [INEC] (2017, p.18).

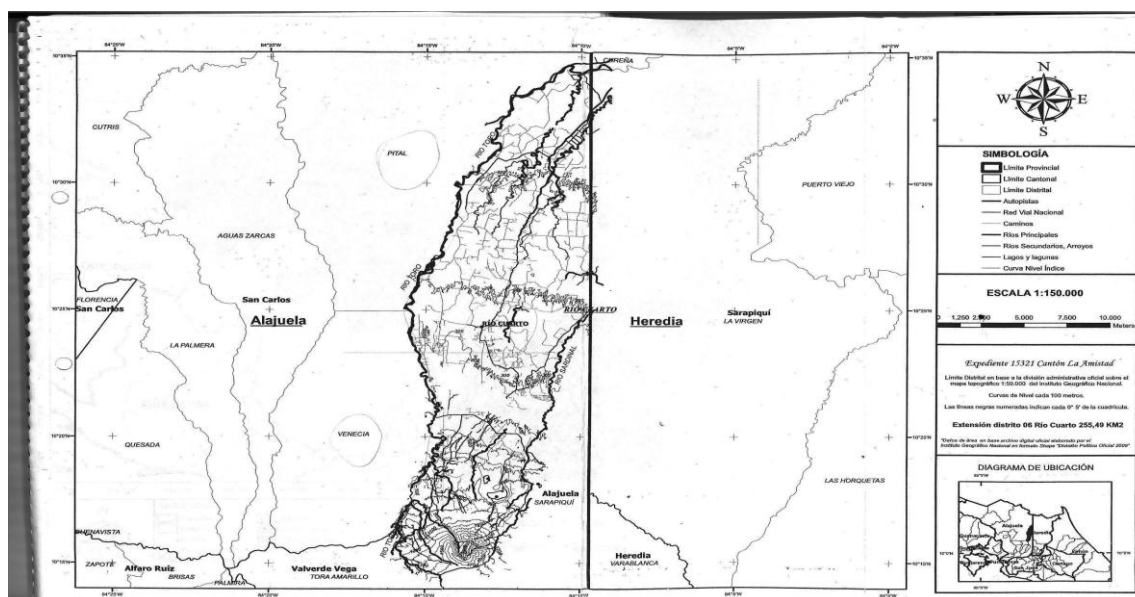
Según sus límites geopolíticos, colinda con cuatro cantones, siendo que limita al este con Sarapiquí de Heredia y Sarapiquí de Alajuela, el oeste y norte con San Carlos, y al sur con Valverde Vega y Sarapiquí de Alajuela. Así consta en los mapas topográficos que se muestran a continuación:

Figura 1. Río Cuarto. Límite distrital con base en la división administrativa oficial sobre el mapa topográfico del Instituto Geográfico Nacional.



Nota: Imagen tomada de Consultoría para el Análisis del Proyecto de Ley Expediente No. 15.321, Creación del Cantón XVI de la Provincia de Alajuela “La Amistad” y Formulación de Recomendaciones para la Continuación de su Trámite y la Ley. Comité Pro-Cantonato La Amistad. Alajuela.

Figura 2. Río Cuarto. Río Cuarto. Límite distrital con base en la división administrativa oficial sobre el mapa topográfico del Instituto Geográfico Nacional.



Nota: Imagen tomada de Consultoría para el Análisis del Proyecto de

Ley Expediente No. 15.321, Creación del Cantón XVI de la Provincia de Alajuela “La Amistad” y Formulación de Recomendaciones para la Continuación de su Trámite y la Ley. Comité Pro-Cantonato La Amistad. Alajuela.

La zona presenta un crecimiento acelerado debido a su alto potencial de desarrollo agropecuario, además que su riqueza natural le hace presentar condiciones ricas en diversidad productiva relacionada al desarrollo turístico y agroindustrial. Sus principales actividades económicas son agropecuarias, distribuidas en ganadería, engorde de cerdos, siembra de piña y hortalizas.

Su población es 14.478 habitantes al 2016, (INEC, 2016, p.18). En cuanto a caminos, cuenta en su mayor parte con carreteras en tierra o en lastre. Posee 15 escuelas, dos colegios, un pequeño parque, un Ebais, una iglesia católica, un redondel de toros, una cancha de fútbol, siete Asociaciones Administradoras de Sistemas de Acueductos y Alcantarillados Sanitarios (Asadas), un puesto policial, un comité auxiliar de Cruz Roja y una estación de Bomberos.

Está conformado por 33 poblados principales que son: Río Cuarto, Ángeles Norte, Bolaños, Bosque Alegre, Caño Negro, El Carmen, Carrizal, Colonia del Toro, Crucero, La Flor, Hule, La Trinidad, Laguna, Los Lagos, La Merced, Monte-lirio, Naranjales, Palmar, Palmera, Pata de Gallo, Peoresnada, El Pinar, Pueblo Nuevo, San Fernando, San Gerardo (Parte), San Jorge, San José, San Rafael, San Vicente, Santa Isabel, Santa Rita, La Tabla y La Victoria.

Su composición política, administrativa y territorial distrital aún está por definir debido a que las elecciones municipales para la elección de alcalde y concejo municipal, así como la conformación del gobierno local están pactadas para el año 2020.

En desarrollo social, Río Cuarto ocupa la posición 434 de entre los 482 distritos del país, según el V Informe sobre el Índice de Desarrollo Social 2017 del Ministerio de Planificación de Desarrollo Nacional, catalogándolo con un nivel muy bajo en desarrollo social. El estudio se realizó cuando Río Cuarto aún tenía categoría de distrito [MIDEPLAN], (2017, p. 65).

Así mismo, el Gobierno Central incluyó a Río Cuarto entre los 75 distritos más pobres del país. Casi 5.000 personas del total de sus habitantes tienen al menos una necesidad básica insatisfecha (acceso a vivienda, salud, canasta básica, etcétera), unos 3.395 están por debajo de la línea de pobreza y 263 personas en pobreza extrema (Cambronero, 2017, párr. 21).

Método de análisis

Una vez que los datos proporcionados por la muestra seleccionada han sido recolectados, estos deben ser ordenados o esquematizados de la mejor manera para proceder a su análisis y obtención de resultados.

Es necesario a la hora de analizarlos decidir la forma o manera de comprenderlos, o sea, se debe elegir la herramienta que mejor permita generar un estudio bien fundamentado de todos esos datos aportados por las unidades de análisis.

“Dado el amplio volumen de datos, éstos deben encontrarse muy bien organizados. Asimismo, debemos planear qué herramientas vamos a utilizar (hoy en día la gran mayoría de los análisis se efectúa mediante la computadora, al menos en un procesador de textos). Lo anterior depende del tipo de datos que hayamos generado” (Hernández et al., 2014, p.422).

Para efectos de esta investigación se analiza la información de forma manual mediante transcripción de los datos con asistencia por computadora utilizando instrumentos básicos como Word o Excel, en razón de que se obtienen datos provenientes de anotaciones, grabaciones y cuestionarios, además de que la muestra no es grande y la información recabada es fácil de manejar, de manera que no es necesario el uso de aplicaciones informáticas complejas o sistematizadas.

Hernández et al., (2014), definen la transcripción de datos como un “registro escrito de una entrevista, sesión grupal, narración, anotación y otros elementos similares. Refleja el lenguaje verbal, no verbal y contextual de los datos” (p.422).

Este proceso permite al investigador poder “ordenar la información, diseñar los gráficos correspondientes, interpretar los datos basado en los objetivos propuestos dando sustento al estudio y por consiguiente elaborar las respectivas conclusiones, recomendaciones y de la investigación.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se discuten los resultados, con base en el enfoque, el diseño de la investigación y el método de análisis seleccionado. La discusión relaciona los datos obtenidos con fundamentos teóricos previamente explorados para sustentar científicamente la investigación.

El análisis en los estudios cualitativos consiste en la realización de las operaciones a las que el investigador someterá los datos con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos en su estudio (Monje, 2011, p.192).

Es decir, analizar los datos recabados permite corroborar que la teoría planteada en la investigación se sustenta con la información tomada en campo, dando sustentabilidad y criterio al hecho en estudio.

Según Hernández et al., (2014):

Para analizar los datos, en los métodos mixtos el investigador confía en los procedimientos estandarizados y cuantitativos (estadística descriptiva e inferencial), así como en los cualitativos (codificación y evaluación temática), además de análisis combinados. La selección de técnicas y modelos de análisis también se relaciona con el planteamiento del problema, el tipo de diseño y estrategias elegidas para los procedimientos; y tal como hemos comentado, el análisis puede ser sobre los datos originales (datos directos) o puede requerir de su transformación. La diversidad de posibilidades de análisis es considerable en los métodos mixtos, además de las alternativas conocidas que ofrecen la estadística y el análisis temático (p.574).

Tabla 4. Unidades y categorías de análisis

Unidad de análisis	Categorías
Factibilidad de crear un medio alternativo	-Necesidad de un medio informativo -Interés comunal en un medio informativo -Importancia de un medio comunal
Necesidades de divulgación	-Medios de divulgación de información -Información comunal
Flujos de información comunitarios	-Generación de la información -Participación ciudadana -Temas de interés comunal
Opinión comunal	-Divulgación de necesidades comunales -Percepción de un medio de comunicación local

Fuente: Elaboración propia.

Unidad de análisis I: Factibilidad de crear un medio alternativo.

-Necesidad de un medio informativo:

Busca conocer la necesidad comunal de contar con un medio de comunicación que sea propio de la localidad.

-Interés comunal en un medio informativo:

Expresa el interés de los habitantes de contar con un medio de comunicación en su comunidad.

-Importancia de un medio comunal:

Resalta cuán importante es para los habitantes tener un medio de comunicación en el que se aborden temas relacionados al acontecer de la localidad.

Unidad de análisis II: Necesidades de divulgación.

-Medios de divulgación de información:

Permite conocer por cuáles medios informativos las personas se enteran de lo que acontece en su comunidad o lugar de residencia.

-Información comunal:

Toda aquella información que nace desde el seno comunal que afecta directa o indirectamente a la población local.

Unidad de análisis III: Flujos de información comunitarios.

-Generación de la información:

Información generada por situaciones propias de la comunidad o de actores sociales, políticos, económicos, públicos, municipales o gubernamentales, entre otros, que tienen que ver con el cantón.

-Participación ciudadana:

Las diferentes formas en las que la población participa de manera activa en la generación de información que puede ser relevante a tal punto de generarse una noticia.

-Temas de interés comunal:

Situaciones o acontecimientos de interés públicos originados en la misma comunidad o que eventualmente repercuten en la sociedad local como tal.

Unidad de análisis IV: Opinión Comunal.

-Divulgación de necesidades comunales:

Dar a conocer todas aquellas necesidades comunales, sean sociales, económicas, culturales, políticas y demás, que afectan al cantón y que requieren solución.

-Percepción de un medio de comunicación local:

Qué piensan o qué criterio tiene la población de un medio de comunicación con cobertura en el cantón.

Análisis de los resultados

Para el análisis de los datos en primera instancia se consultó mediante encuesta a una muestra de la ciudadanía en general, y a través de entrevista a varios líderes comunales y representantes de organizaciones o instituciones del lugar, la opinión que tienen de la posibilidad del establecimiento de un medio de comunicación en el cantón y sobre los flujos

de información y comunicación, así como los canales de divulgación de noticias que utilizan, entre otras generalidades.

Las preguntas para la encuesta fueron cerradas, escritas a través de un cuestionario, entregado a 193 personas de la comunidad, seleccionadas al azar dentro del área geográfica de interés que es Río Cuarto y diseñadas para recabar información propicia para poder llegar a conclusiones con respecto al objetivo planteado en el inicio de la tesis.

En cuanto a las entrevistas, las preguntas fueron semi-estructuradas, compuestas principalmente por preguntas abiertas en las que se les dio la oportunidad de ampliar las respuestas, mismas realizadas a cuatro representantes de diferentes sectores sociales de la localidad en estudio, quienes tienen una visión más detallada y profunda de las necesidades de información que tiene la comunidad y de los flujos informativos que se utilizan para transmitirla.

De esta forma es como los datos recopilados, resumidos y sistematizados mediante la aplicación de los instrumentos para las variables correspondientes, se analizan, de modo conjunto (encuesta y entrevista), generando los insumos necesarios para dar respuesta al problema de investigación planteado al inicio del proyecto de si es posible implementar un medio de comunicación escrito con énfasis en Periodismo Social para el cantón Río Cuarto de Alajuela.

Unidad de análisis I: Factibilidad de crear un medio alternativo.

En esta unidad se conoció la necesidad comunal de contar con un medio de comunicación propio, el interés mostrado por los habitantes de que en el cantón exista un medio de comunicación y la importancia para ellos de tener un medio de comunicación en el que se aborden temas relacionados al acontecer de la localidad.

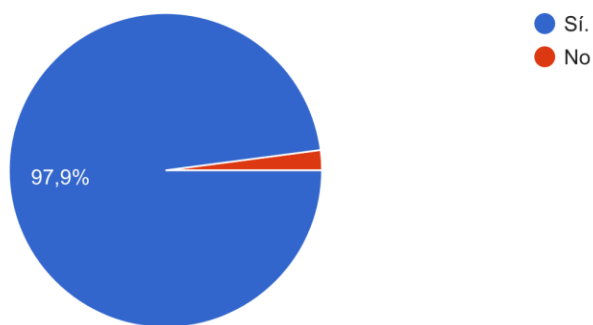
En ese sentido, la encuesta demuestra que un 97,7 por ciento de las personas considera importante que exista un medio de comunicación propio de su comunidad, concordando con la necesidad de que se establezca un medio informativo, pues un 92,2 por ciento de las personas apoyaría el establecimiento de un medio de comunicación en el que se informe sobre

temas propios de su cantón, según se muestra en las figuras 4 y 5 que se muestran a continuación:

Figura 3. ¿Considera importante que exista un periódico local que informe de noticias ocurridas

¿Considera importante que exista un periódico local que informe de noticias ocurridas en Río Cuarto?

193 respuestas



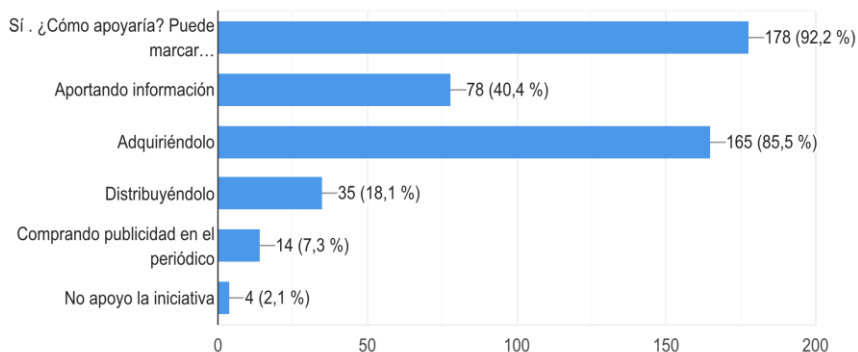
en Río Cuarto?

Fuente: Elaboración propia utilizando aplicación para diseño de cuadros estadísticos.

Figura 4. ¿Apoyaría la iniciativa de que se establezca un periódico en Río Cuarto?

¿Apoyaría la iniciativa de que se establezca un periódico en Río Cuarto?

193 respuestas



Fuente: Elaboración propia utilizando aplicación para diseño de cuadros estadísticos.

Por su parte, en las entrevistas queda clara la necesidad comunal de que exista un medio de comunicación, pues, según los entrevistados, un periódico cantonal sería un medio muy importante, una gran herramienta que innovaría en toda la comunidad, aunque no necesariamente podría ser un periódico, pues también se podría informar a través de otros tipos de medios.

Vivian Medina, directora regional de la Defensoría de los Habitantes, cree que todas las comunidades requieren de un medio de comunicación que dé contenido local y genere proximidad noticiosa a los ciudadanos:

Todas las comunidades en general requieren medios de comunicación que tengan una línea de contenido apegada a sus necesidades, pues aunque pueden ver noticias nacionales o regionales, no cubren sus requerimientos directos. No necesariamente un periódico. Puede ser cualquier medio de comunicación que brinde proximidad, oportunidad y contenido local (Medina, entrevista de profundidad, 2018).

La directora del Liceo La Amistad de Río Cuarto, Verna Céspedes Rojas, considera que al ser conformados como cantón, la población debe estar informada de lo que acontece, pues la información es base la toma de decisiones en cuanto a la solución de problemas comunales:

Al ser un cantón, se debe de estar informado. La comunidad es la base para la toma de decisiones, conocer y resolver necesidades, problemas, proyectos a futuro. Sería un medio seguro, barato, oficial para la información precisa y necesaria de la comunidad sobre el cantón (Céspedes, entrevista de profundidad, 2018).

Por su parte, el líder comunal Marcelo Alvarado, quien también ha sido coordinador de enlace de la Comisión Municipal de Emergencia de Río Cuarto y miembro de la Comisión Pro Cantonato, afirma que un medio de comunicación es una necesidad, por lo que el establecimiento de un medio de comunicación en el cantón debe ser una prioridad:

Por supuesto que es una necesidad, eso es una prioridad, poder contar no solo con un periódico, puede ser una emisora de radio, hace algunos años una

iniciativa de poder tener un periódico, pero no se pudo gestar y no lo tenemos, pero es una necesidad primordial. Yo pienso que un periódico cantonal sería un medio muy importante y una herramienta que innovaría la información en toda la comunidad (Alvarado, entrevista de profundidad, 2018).

A las manifestaciones anteriores se suma la fiscal de la Asociación de Desarrollo Integral del distrito Santa Rita, quien además cree que sí es importante un medio de comunicación local, aboga por que este sea objetivo:

Si es una necesidad, un medio de comunicación es muy importante siempre y cuando sea objetivo con información objetiva, porque hay un periódico que cubre información de toda la Zona Norte y a veces saca información de Río Cuarto pero manipulada (Rojas, entrevista de profundidad, 2018).

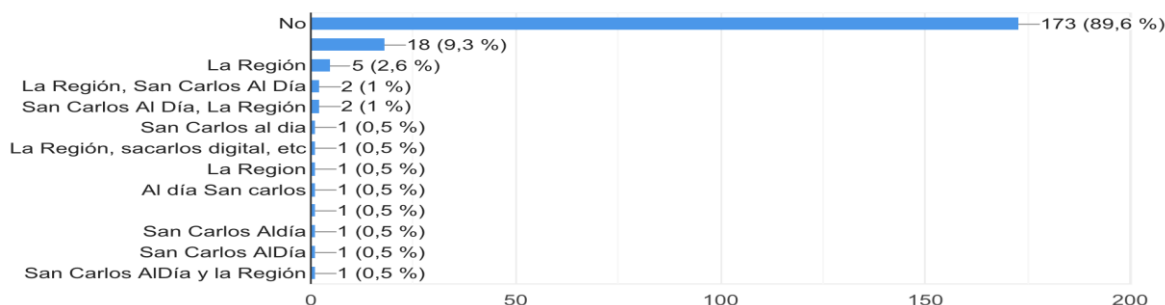
De esta manera, queda clara la coherencia de la importancia, la necesidad y el interés que tiene la comunidad de que en su cantón exista un medio de comunicación que les solvete ese vacío informativo local que tienen.

Unidad de análisis II: Necesidades de divulgación.

Esta unidad de análisis permite conocer, mediante la opinión ciudadana y entrevistas a líderes comunales o representantes de organizaciones, qué medios informativos utilizan las personas para enterarse de lo sucedido y cuál es esa información propia generada que incide directa o indirectamente en la población local.

Partiendo de la encuesta realizada, las personas consultadas aseguran en su gran mayoría (89,6%) desconocer algún medio de comunicación local en el que puedan informarse de situaciones propias del cantón, sin embargo, el 10,4 por ciento menciona algunos medios informativos a nivel regional que generan información propia del cantón Río Cuarto, según muestra el cuadro estadístico de la figura 5:

Figura 5. ¿Conoce de algún medio escrito (periódico) de circulación local (Río Cuarto) o regional (Zona Norte) en el que puede leer constantemente noticias solo del cantón Río Cuarto?



Nota: Elaboración propia utilizando aplicación para diseño de cuadros estadísticos.

Basándose en las entrevistas de profundidad, el conocimiento es más amplio en cuanto a los canales informativos propios de la comunidad y las diferentes situaciones consideradas como noticias de interés cantonal.

El líder comunal, Marcelo Alvarado, destaca los sucesos como una de las principales informaciones que se generan en el cantón, pero agrega que los flujos informativos en temas culturales y sociales son muy importantes:

Río cuarto ha sido una población muy tranquila, gracias a Dios en el tema de noticias de sucesos estas se generan muy poco, pero sí hay; a nivel cultural es muy importante estas noticias que sí se generan, y a nivel social son muy importantes, sí se generan, como por ejemplo, el trabajo que se realiza de la cabecera y distribución del cantón para conocer su cabecera y jerarcas en relación al establecimiento de tiene que ver con toda la conformación de este nuevo cantón (Alvarado, entrevista de profundidad, 2018).

En cuanto a la directora del Liceo La Amistad, Verna Céspedes Rojas, esta menciona a algunas organizaciones o instituciones locales, e incluso actividades comunales, como fuentes de información relevante para los habitantes del cantón, entre ellas las asociaciones de desarrollo integral, grupos, comités y asambleas distritales, entre otras.

Sin embargo, queda clara la falta de canales oficiales de información proporcionados específicamente por medios de comunicación, pues la comunidad se entera del acontecer local a través de grupos de Whatsapp, páginas de Facebook u otros canales informales, así lo exponen la directora regional de la Defensoría de los Habitantes, Vivian Medina, y la fiscal de la Asociación de Desarrollo de Santa Rita, Doris Rojas:

En este momento las noticias provienen principalmente de fuentes informales, así como de los medios externos al cantón que no necesariamente brindan cobertura apegada a los intereses de los pobladores (Medina, entrevista de profundidad, 2018).

Hay grupos de Whatsapp de noticias que dan a conocer cosas que pasan y un Facebook que se llama Santa Rita Noticias, pero por lo general en esa venden

cosas también, y tenemos una página que se llama “Santa Rita Tierra de Oportunidades” que utilizamos para dar a conocer la información que genera nuestra asociación de desarrollo. Acá en la comunidad de Río Cuarto hay un noticiero que se llama “Noticias Santa Isabel”, que es una página de Facebook, pero la comunidad no se identifica con ella pues la gente lo ve muy poco y pues tampoco es un medio de comunicación establecido formalmente (Rojas, entrevista de profundidad, 2018).

Se demuestra así, la carencia de un medio de comunicación oficial y propio del cantón de Río Cuarto, a pesar de que sí se genera mucha información a nivel local que es de interés público pero que no llega de buena manera a toda la comunidad en general.

Unidad de análisis III: Flujos de información comunitarios.

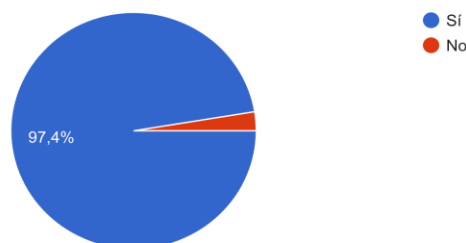
Este apartado muestra cuales son las informaciones comúnmente generadas por situaciones propias de la comunidad o de actores sociales, políticos, económicos, públicos y demás, relacionadas con el cantón, así como diferentes formas en las que la participación ciudadana incide en la generación de información de interés comunal.

En esa misma línea, un 97,4 % de los encuestados considera que un periódico local es una herramienta que puede ser útil para que mediante la participación ciudadana se dé una búsqueda de soluciones a los problemas que afronta el cantón. Así se describe en la figura 6:

Figura 6. ¿Cree que un periódico local puede servir como herramienta para ayudar, mediante la participación ciudadana, a dar a conocer las necesidades de la comunidad en búsqueda de soluciones?

¿Cree que un periódico local puede servir como herramienta para ayudar, mediante la participación ciudadana, a dar a conocer las necesidades de la comunidad en búsqueda de soluciones?

193 respuestas



Fuente: Elaboración propia utilizando aplicación para diseño de cuadros estadísticos.

Por otra parte, las entrevistas de profundidad también dejan clara la participación ciudadana en la generación de información de interés comunal, tal caso de la Asociación de Desarrollo Integral de Santa Rita, según lo explica su fiscal Doris Rojas Morera:

Nosotros en este momento lo que más fuerte estamos informando, es el tema de la conformación del cantón, además de temas de interés para jóvenes, como el tema de los estudiantes en el Festival Estudiantil de las Artes, o temas relacionados con adultos mayores, y de comités culturales, todo eso es un nicho para generar información (Rojas, entrevista de profundidad, 2018).

Marcelo Alvarado, líder comunal, resalta la labor comunal que actualmente se realiza en cuanto a mantener informada a la sociedad local, por ejemplo, en el tema de la conformación de la municipalidad para este nuevo cantón:

En este momento, por ejemplo, le comento que lo que se han estado haciendo son reuniones mensuales en las comunidades, organizadas por la dirigencia comunal para informales sobre el funcionamiento futuro de una municipalidad, se han dado asesorías a la comunidad en todo el cantón para que se informe lo que es el funcionamiento de una municipalidad, además de que una vez conformada la municipalidad la población debe conocer de primera mano toda la actividad que esta realizará (Alvarado, entrevista de profundidad, 2018).

En esa misma línea, la directora del Colegio La Amistad, Verna Céspedes Rojas, menciona que los flujos informativos actuales del cantón apuntan especialmente al tema de la confirmación de Río Cuarto como cantón:

Todo lo que está pasando actualmente en este nuevo cantón debe irse dando en proceso, pero este debe darse de forma ordenada, pausada y con la seriedad de llegar a soluciones concretas y de acuerdo a las necesidades planteadas, por lo que todos sabemos la obligación de informarnos asertivamente o no, conocer los planes y políticas a futuro que dependerán para el buen desarrollo comunitario del Cantón, apertura a los nuevos avances, planificaciones y proyectos (Céspedes, entrevista de profundidad, 2018).

Basado en lo anterior, quedan claras las necesidades de divulgación de informaciones generadas por situaciones propias de la comunidad y de la importancia de la participación ciudadana en la creación y divulgación de las mismas.

Unidad de análisis IV: Opinión Comunal.

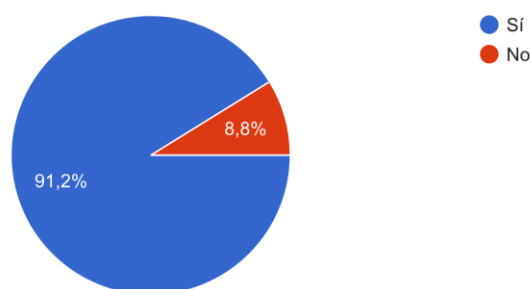
Este apartado permite conocer qué piensa o qué criterio tiene la población de un medio de comunicación con cobertura cantonal y si la opinión comunal difundida por un medio informativo puede ayudar a buscar soluciones a los problemas en común que enfrentan.

El 91,2 por ciento de los encuestados comparte la idea de que un periódico local puede lograr que la opinión comunal puede ser escuchada por las diferentes instituciones o autoridades gubernamentales o competentes, permitiendo la búsqueda de soluciones a los problemas que les aqueja, mientras que el 8,8% considera lo contrario. Así se refleja en la figura 7:

Figura 7. ¿Cree que la opinión de la comunidad, conocida a través de un periódico informativo, sea escuchada por las autoridades o instituciones competentes en la búsqueda de soluciones y en el desarrollo de cantón?

¿Cree que la opinión de la comunidad, conocida a través de un periódico informativo, sea escuchada por las aut...uciones y en el desarrollo del cantón?

193 respuestas



Fuente: Elaboración propia utilizando aplicación para diseño de cuadros estadísticos.

Esa misma percepción poblacional es apoyada por la directora del Liceo La Amistad, quien considera que los medios de comunicación comunales facilitan dar a conocer las necesidades cantonales, siendo un factor clave para el desarrollo:

Facilita conocer las necesidades de la comunidad, son un excelente medio de comunicación alternativa, ya que dan un enfoque seguro, directo, preciso a la esencia, caracterización, enfoque de la comunidad y brindaría seguridad para la toma de decisiones. Creo que es la clave para el desarrollo humano, por medio del cual nos informamos, interactuamos, conocemos los cambios positivos y negativos de la comunidad que se van generando día a día, políticas, la adecuada planificación y programación para la toma de las decisiones (Céspedes, entrevista de profundidad, 2018).

Criterio similar expresa Doris Rojas Morera, fiscal de la Asociación de Desarrollo Integral de Santa Rita:

Un periódico comunitario es muy importante porque la gente se informa de lo que pasa en la propia comunidad. Claro que sí, efectivamente en la comunicación y las noticias se puede desarrollar información social y comercial para desarrollar el cantón, sobre todo en un medio escrito (Rojas, entrevista de profundidad, 2018).

A las opiniones anteriores se suma la del líder comunal, Marcelo Alvarado, en cuanto a que un medio de comunicación local ayuda a impulsar el desarrollo:

Sí señor, totalmente de acuerdo, sería muy positivo y bueno, nacer como cantón con un medio informativo, instaurado, completo y propio en la comunidad es cien por ciento necesario y muy bien visto para ayudar a impulsar el desarrollo del cantón (Alvarado, entrevista de profundidad, 2018).

Así las cosas, queda en evidencia, según los entrevistados y de la muestra poblacional, que un medio de comunicación local es visto con muy buenos ojos por la comunidad, que además considera que sus opiniones pueden ser escuchadas a través del medio, lo que permitirá el desarrollo del cantón.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El éxito de una investigación implica cumplir a cabalidad cada uno de los objetivos planteados, siendo que en este apartado se concluyen los aspectos relacionados al estudio de factibilidad para el establecimiento de un medio de comunicación con énfasis en periodismo social para el cantón Río Cuarto, ubicado en la provincia de Alajuela. También se dan a conocer las recomendaciones necesarias para su creación.

Conclusiones

La factibilidad de crear un medio de comunicación que se establezca en Río Cuarto es totalmente viable, debido a que queda demostrada la falta total de un medio de comunicación en todo sentido con cobertura local en dicha región, pues no hay medios oficialmente conformados como tales en ninguna forma, sea escrita, radial, televisiva o digital, ya que sólo existen flujos informativos informales que no inciden de forma alguna en la opinión comunal y en el desarrollo cantonal del lugar

A pesar de que existen medios de comunicación regionales en la Zona Norte, que incluyen dentro de su área de cobertura a Río Cuarto y no generan con regularidad información propia del cantón, siendo que carecen de total empatía con los habitantes de este lugar, y mucho menos propician acciones que permitan el desarrollo comunal mediante la participación ciudadana, la denuncia comunal o la búsqueda de soluciones a los problemas comunales.

Las necesidades de divulgación de noticias en Río Cuarto son muchas. El cantón genera constantemente información de interés comunal que debe ser abordada y divulgada, sobre todo en vísperas de la instauración de un Gobierno Local, cuyas funciones municipales inician a partir de mayo de 2020, pero que desde ya tienen impacto comunal en cuanto a qué está pasando, cómo avanza el proceso, cómo se desarrolla la previa conformación municipal y cómo se preparan las votaciones para tal fin.

Además, existen diferentes organizaciones, instituciones y grupos, que constantemente están generando información valiosa para la comunidad, como asociaciones de desarrollo,

asadas, instituciones públicas, grupos comunales, iniciativas ciudadanas como “Santa Rita Tierra de Oportunidades” o “Río Cuarto un cantón para todos”, que generan constante información de interés cantonal. Así como situaciones de índole social, económica, ambiental, cultural, educativa, entre otras que requieren ser expuestas y dadas a conocer.

Los flujos informativos del cantón son cien por ciento informales, esto al no existir medios de comunicación oficiales como tales, ni personas con los conocimientos básicos para informar o generar noticias, sean periodistas o comunicadores, dedicados a dicha labor en el cantón. Al día de hoy solo funcionan páginas de Facebook que replican situaciones ocurridas, sin darles el tratamiento noticioso fundamental requerido y que combinan la actividad con publicaciones de venta y compra de productos o servicios.

También predomina la divulgación de acontecimientos mediante grupos de WhatsApp, que al igual que con las páginas de Facebook, no reciben el tratamiento correspondiente y que debe dársele a una noticia, por lo que muchas veces la información se puede tergiversar, obviarse, parcializarse o tratarse según convenga a quien la transmite. Además, se presentan foros, actividades, reuniones, capacitaciones, boletines y demás, dirigidas a la comunidad, que, por su formato, llegan a una cantidad muy reducida de personas.

La opinión comunal sobre el establecimiento de un medio de comunicación en Río Cuarto es bien vista por la población, al considerar importante una fuente informativa propia de la localidad permitiendo dar a conocer el acontecer con una difusión amplia que abarque todo el territorio, promueva la participación ciudadana y la toma comunal de decisiones.

Además de fomentar e impulsar el desarrollo comunal, divulgar las necesidades o problemas y buscar las soluciones, permita llevar la voz comunal a las instituciones estatales o competentes, visibilizar a los sectores invisibilizados, generar empatía con la población para que lo considere su propia voz. También la iniciativa es apoyada por el grueso de la muestra abarcada, siempre y cuando sea un medio veraz e imparcial.

La buena organización comunal del cantón y los diferentes esfuerzo informativos realizados tratar de mantener informada a la población en general, si bien no son suficientes,

son un excelente nicho informativo a ser muy bien explotado como fuente para el enriquecimiento de temas tratados a profundidad por un medio de comunicación, pues los flujos informativos que la organización comunal y las entidades locales manejan son abundantes, razón por la cual el tener una buena comunicación con estos permitiría manejar información actualizada y detallada del acontecer local en todo el territorio cantonal.

La comunidad está dispuesta a adquirir el periódico, ya sea consiguiéndolo en un establecimiento comercial, en una institución pública o bien, llegándole a su casa, y la mayoría estaría dispuesta a pagar por la adquisición del mismo, considerando que un periódico es más viable para su difusión y accesibilidad, aunque también considera importante la existencia de una versión digital debido a la actual era digital, en donde el acceso a la información se facilita por medio de los teléfonos celulares y los diferentes aparatos tecnológicos.

Los representantes de organizaciones e instituciones locales tienen la disposición de utilizar el medio de comunicación impreso como herramienta para la divulgación de sus acciones en pro del desarrollo local, de sus eventos o actividades que involucren a la comunidad e incluso, como instrumento de rendición de cuentas.

El concepto que tiene la población de un periódico comunitario es bueno, lo consideran una excelente forma de comunicación alternativa, con enfoque propio hacia la comunidad y que aporta seguridad para la toma de decisiones comunales, además de verlo clave para impulsar el desarrollo comunal.

Recomendaciones

Realizar las acciones necesarias que permitan la creación y el establecimiento de un medio de comunicación con énfasis en periodismos social para el cantón Río Cuarto.

Cuantificar los costos iniciales para la creación y puesta en funcionamiento del periódico.

Generar una estrategia de publicidad, venta de anuncios, patrocinios y otras formas de consecución de recursos que permitan la estabilidad económica del medio de comunicación.

Establecer una estrategia comunicativa de acuerdo con las necesidades y alcances de los procesos de gestión efectivos por parte de las necesidades informativas, en donde se le de participación a la ciudadanía, grupos, instituciones y organizaciones locales.

Crear una agenda de promoción y divulgación que permita crear expectativa comunal sobre el nuevo medio de comunicación y su importancia para el desarrollo comunal.

Generar una agenda de trabajo en la que se establezcan las prioridades por atender, haciendo una diferenciación entre lo urgente y lo importante para la constitución del nuevo medio de comunicación.

Diseñar un formato digital para la creación de una página web y una página en Facebook que permita la difusión digital de las informaciones.

Agendar reuniones informativas con líderes comunales, organizaciones, grupos, instituciones y organizaciones locales, para que conozcan la labor a desempeñar por el medio de comunicación, sus alcances y conocer, además las expectativas e inquietudes que estos tienen con respecto al medio de comunicación.

Definir el Manual de Estilo del periódico, su diseño, su formato, su periodicidad, secciones, número de páginas, nombre, logo, slogan y demás características propias del periódico.

Participar del desarrollo comunal del nuevo cantón y empoderar a sus habitantes en cuanto a la generación de opinión y participación ciudadana en las decisiones de política pública.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

Este apartado contiene la propuesta de establecimiento de un medio de comunicación escrito con énfasis en periodismo social para el cantón Río Cuarto de Alajuela. Detalla cuáles son las características del medio en cuanto a su forma, es decir, su estructura, secciones, género, formato y características básicas de diseño, entre otras particularidades. Con estos insumos se expone una idea de cómo se verá el periódico en su propuesta básica general.

Nombre

El periódico propuesto tiene como fin ser el vocero del cantón de Río Cuarto, con tal dar a conocer e informar de que lo que ocurre en la comunidad para que esto sea informado de manera veraz y objetiva, de ahí deriva su nombre: *El Vocero*.

Público Meta

El público meta de la publicación son los habitantes de cantón de Río Cuarto, ubicado en la provincia de Alajuela, sin importar el área en que se desenvuelven, credo, condición social, edad o género, por ejemplo: turismo, industria, agricultura, ambiente, tecnología, educación, entre otras.

Este territorio está ubicado a unos 74 kilómetros de San José, consta de 254,2 kilómetros cuadrados y su extensión geográfica se distribuye de sur a norte. De acuerdo con datos del V Informe sobre Índice de Desarrollo Social del Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica [MIDEPLAN], (2017), Río Cuarto presentaba una población de 14.478 habitantes al 2016 (p. 65).

Se localiza al norte del Volcán Poás, limita al norte y al oeste con el cantón de San Carlos, al este con el cantón de Sarapiquí y al sur con los cantones de Alajuela y Valverde Vega (párr. 3, 9).

Oferta y demanda

Para efectos del periódico, la oferta será la cantidad de ejemplares que se realicen mensualmente. Esto es; cinco mil ejemplares, distribuidos de manera gratuita para el lector en los en los tres distritos del cantón, que son: Río Cuarto, Santa Rita y Santa Isabel.

El Vocero es una opción para dar a conocer noticias, opiniones, eventos, actividades y todo aquello de interés comunal, por lo que la demanda sería alta al no existir otro periódico ni otro tipo de medio de comunicación en el territorio afín. Sin embargo, el éxito de la publicación dependerá de los lectores y del posicionamiento logrado por el medio en el mercado. La demanda, será la cantidad de ejemplares leídos por las personas.

Características y atributos

Periodicidad

El Vocero es un medio de distribución mensual, por lo cual se buscará distribuir la publicación de manera constante, la primera semana de cada mes. De ese modo, se garantiza tener cada edición presente a tiempo y la agenda actualizada del mes correspondiente.

Función

El enfoque de *El Vocero* es principalmente de índole social, la voz constante de los que pasa, de ahí su nombre. En este sentido se planea crear un medio de comunicación por y para la comunidad, constando la población con un espacio innovador, en el cual se de una divulgación de los temas en los que se ven afectados y ayudar en la búsqueda de las soluciones.

La iniciativa busca que el ciudadano se sienta identificados con el medio, se eduque e informe sobre el acontecer local, siendo fuente de información, generación de opinión y de participación ciudadana.

Género periodístico

El Vocero es un medio híbrido de corte social, que mezcla el género informativo (entrevista, reportaje, nota informal) y el género de opinión (editorial, artículos, columnas, críticas). Esto implica que sus publicaciones se pueden presentar informaciones variadas, entrevistas de opinión, crónicas y reportajes como parte del contenido.

Información diversa

El Vocero, al ser un medio de difusión mensual, presenta secciones que no pierden su vigencia rápidamente en el tiempo, como ocurre con el tipo de cambio, el pronóstico del tiempo y la lotería, entre algunas otras.

En cambio, como información diversa se incluye un segmento titulado “*Agenda*”. Esto es un vistazo rápido de las principales actividades a realizarse en el cantón, previamente programadas para el mes en curso, o los meses posteriores a la fecha de publicación. De tal modo que los lectores pueden utilizar el periódico como referente para asistir a talleres, ferias, exposiciones, demostraciones, seminarios, premios, concursos, congresos, etcétera.

Postura política o ideológica

El Vocero busca mejorar la calidad de vida de la población riocuartense, y en particular de los grupos de personas o sectores socialmente afectados o invisibilizados ante problemáticas que les aquejan.

En ese sentido, la postura del medio se fundamenta en la convicción de que es posible desarrollar temas importantes que tras su publicación logren un beneficio social común, el

crecimiento cantonal y la autorrealización de los habitantes. Por tal razón, su postura es apolítica y anti partidaria totalmente

Secciones y subsecciones

Las secciones que tendrá el periódico *El Vocero* son: Editorial, Opinión, Emprendimiento, Entrevista, Noticias, Concejos, Agenda, Entretenimiento, Clasificados y Opinión.

La descripción de cada una de las secciones es la siguiente:

1. Editorial

Sección periodística en que se manifiesta la posición de *El Vocero* ante determinados hechos o contextos propios del ambiente local o nacional que inciden de alguna u otra forma en la sociedad rioquiense.

2. Emprendimiento

Reportajes de emprendedores en distintas categorías turismo, agricultura, comercio, deportes, industria, educación, ambiente, entre otros. Se pretende aportar, por medio de las historias que se desarrollen, diferentes maneras de ser emprendedores en Río Cuarto.

3. Entrevista

Entrevista con una persona que permita conocer a mayor profundidad su opinión o conocimiento de un hecho de interés público.

4. Noticias

Notas informativas relacionadas al quehacer de los diferentes sectores comunales y productivos, así como de todos los actores sociales del cantón, además de todas aquellas situaciones que tiene una incidencia directa o indirecta en la población en general.

5. Consejos

Se brinda información e ideas de negocios, economía, buenas prácticas comerciales, productivas o agrícolas, salud, aprendizaje, entre otros. Busca ser útil para el crecimiento personal, laboral o social del lector.

6. Agenda

Detalle de las principales actividades a realizarse en el cantón, recogidas por su fecha de celebración, tales como talleres, ferias, exposiciones, demostraciones, seminarios, premios, concursos, congresos, bingos y demás.

7. Clasificados

Espacio de pago para que las empresas patrocinadoras o comercios den a conocer sus productos o servicios mediante el pago de un espacio publicitario.

8. Opinión

Apartado que permite expresar la opinión o criterio propio de una persona o sector sobre algún tema en particular y que quiere externar a la ciudadanía en general.

9. Créditos

Espacio para el reconocimiento de los periodistas y colaboradores del medio.

Especialización

El Vocero se especializa en Periodismo Social abarcando todas las áreas del saber y quehacer humano. Entre ellas: industria, agricultura, ambiente, tecnología, educación, salud, deportes, política, sociedad, etcétera.

El Periodismo Social es aquél que tiene en cuenta las implicaciones y consecuencias sociales de cualquier suceso, que toma como interlocutor de referencia a la sociedad organizada y que recoge las iniciativas ciudadanas con capacidad para la transformación social. Se basa en incorporar las voces sociales a los medios de comunicación y en ofrecer informaciones que representen a todos (Cytrynblum, 2004, citado por Álvarez, 2009, párr. 4).

Papel y propiedades

En primera instancia *El Vocero* utilizará papel gráfico para impresión, que por sus características y popularidad se considera idóneo para proyectos de este tipo.

Valga aclarar, no obstante, que un mismo documento original, impreso en distintos tipos de papel, con diferentes tintas y sistemas de impresión, podría dar como resultado productos muy diferentes.

En la escogencia del papel se debe tomar en cuenta el gramaje, la porosidad, la capacidad de absorción o penetración, la flexibilidad y dureza, la opacidad o transparencia, el brillo, la blancura o color, entre muchas otras.

Es por lo anterior que se considera fundamental realizar pruebas de impresión, para verificar que las características del papel, las tintas y el sistema de impresión utilizado, sean

las apropiadas para la calidad y los acabados deseados en el impreso definitivo. Esto es; el periódico tal y como llegará al lector.

Formato

El Vocero es una publicación en prensa escrita, en formato periódico impreso, que incorpora en sus páginas no solo notas informativas, sino también variedad de materiales que podrían resultar de interés para sus lectores potenciales.

En primera instancia, *El Vocero* se formula como un medio impreso, de difusión mensual. Sin embargo, a mediano plazo la publicación podría contemplar su versión digital, lo cual conlleva realizar un diagnóstico más amplio de la población meta, para determinar sus gustos y preferencias, así como sus posibilidades de acceso a las tecnologías de la información y la comunicación.

Cabe destacar que, el formato digital posibilitará añadir funciones interactivas con el público, mediante la inclusión de secciones de opinión y discusión, así como la facilidad de enlace a fuentes externas para profundizar en temas de interés.

Tipografía

El Vocero utiliza el tipo de letra denominado Times New Roman en serifs (remates extremos) para facilitar más la lectura y el espacio entre caracteres.

Los titulares serán en tamaño 18 y el cuerpo del texto en 12.

Fotos e imágenes

En *El Vocero*, las imágenes pueden presentarse en escala de grises o bien a *full color*, dependiendo del énfasis que se les pretenda brindar como parte ilustrativa de una sección determinada.

Las fotografías contarán con calidad y nitidez y serán originales, no publicadas previamente en ningún otro medio digital o impreso, salvo que se haga referencia a la fuente, asegurándose no violentar los derechos de autor del medio original.

El Logotipo de *El Vocero* se diseñó con su nombre propio, biselado en color negro y con ribetes en color amarillo, resaltando en letra de mayor tamaño la palabra “vocero”, dejando en menor escala la preposición “el” y las palabras “de Río Cuarto”, a lo que se suma en un menor tamaño la dirección web www.voceroriocuarto.com. Incluye un mapa del cantón a escala, biselado y con brillo.

En cuanto a los colores del logotipo se eligió el negro pues genera seriedad y confianza, además del amarillo, que genera optimismo. Son sentimientos que queremos transmitir al público meta. Incluye un color rojizo en el mapa a escala, pues es un color disparador del buen ánimo, otorga distinción, creatividad y diferenciación, acciones que calzan a la perfección con la idea de ser un medio diferente a los demás.

Figura 8. Logo de periódico El Vocero



Fuente: Elaboración propia

Portada

La portada de *El Vocero* contendrá a conveniencia cuatro titulares, siendo el titular mayor en un mayor tamaño, en 56, y los demás titulares serán en tamaño 18. Incluye cuatro fotografías propias a cada titular con cintillos en amarillo con texto en 12.

Figura 9. Portada de periódico El Vocero



Fuente: Elaboración propia

Difusión y circulación

El Vocero es un medio de difusión gratuita para el lector, dado que se financiará por medio de anunciantes.

Es por ello que la puesta en marcha del periódico depende del patrocinio por parte de una empresa fuerte, interesada en *El Vocero* como una ventana de oportunidad para

ayudar a resaltar su marca. También se requiere de la venta de publicidad, ya sea gubernamental o privada.

La circulación de *El Vocero* será cantonal y estará disponible en todo el cantón por medio de bancos, instituciones públicas, asociaciones de desarrollo, asadas, ferias, supermercados, comercios y empresas aliadas.

Foliaje

El Vocero se concibe como un medio impreso, de 16 páginas de extensión, tamaño revista (8.5" x 11"), sin envoltura. Dentro de la publicación se utilizarán las páginas individuales y spreads para realizar los artículos editoriales.

La publicidad se venderá en páginas enteras y mediante publirreportajes, esto le da mayor estética a la publicación y no tendrá publicidad repartida por todos lados de las páginas y en todos los tamaños.

La distribución de páginas por secciones y subsecciones se resume en la Tabla 5:

Tabla 5. Foliaje del Periódico El Emprendedor

Espacio	Observaciones	Extensión total
Portada	Página frontal	1 página
Editorial	Espacio para Editorial	1 página
Emprendimiento	Espacio para Reportaje	2 páginas
Entrevista	Espacio para entrevista	2 páginas
Noticias	7 notas de 1 páginas cada	7 páginas
Consejos	Ideas prácticas	1 página
Agenda	Actividades del mes	1 página
Créditos	Espacio para reconocimiento de periodistas y colaboradores.	½ página
Clasificados	Espacio para publicidad (variada)	2 ½ páginas
Opinión	Espacio para los artículos de opinión	1 página
Contraportada	Espacio para publicidad (exclusiva)	1 página

Total	20 páginas
--------------	-------------------

Fuente: Elaboración propia

Promoción

Dado que *El Vocero* es una publicación mensual que requiere de la venta de espacios publicitarios para su supervivencia, se dará promoción al medio impreso por medio de afiches, suscripciones y redes sociales.

Tiraje

El Vocero tendrá un tiraje inicial de 5.000 ejemplares mensuales.

Puntos de venta o distribución

Se manejará por medio de convenios de distribución. Al ser un medio gratuito se buscará contar con puntos de entrega en sitios concurridos de Río Cuarto, tales en como la municipalidad, universidades, cadenas comerciales, instituciones públicas, cámaras sectoriales, organizaciones, ferias, talleres y actividades relacionadas.

Presupuesto General

En este apartado se presentan los principales recursos tanto humanos, como materiales y financieros que son necesarios para definir el presupuesto general de “*El Vocero*”.

Recurso humano

El personal básico para poner en marcha el periódico *El Vocero* comprende 3 periodistas fijos, a tiempo completo. Uno de ellos debe ser colegiado, al día con las obligaciones del Colegio de Periodistas de Costa Rica (COLPER), ya que tendrá a su cargo la dirección del medio.

Los otros dos periodistas, además de sus funciones como reporteros, se deben desempeñar como comunicadores destacados en Mercadeo y Publicidad, Community Manager, Programación de Eventos, entre otras funciones relacionadas con el quehacer del medio.

Por lo anterior, la experiencia y la actitud proactiva son atributos deseables para ostentar el puesto de Periodista a tiempo completo en *El Vocero*; que como medio alternativo se caracteriza por su estructura simple.

Adicionalmente, el recurso humano de *El Vocero* contempla la contratación por servicios profesionales de un Diagramador en Artes Gráficas, un Contador y dos periodistas. Cada uno de estos últimos tendrá a su cargo la elaboración de dos o tres cuartillas (50 líneas) por mes.

La tabla 6 resume el Recurso Humano requerido para poner en marcha el periódico:

Tabla 6. Recursos humanos requeridos por año

Cantidad	Recurso humano	Consideraciones	Costo Unitario	Total
3	Periodista	A tiempo completo (salario mínimo a 762.661,34 mensual por 13 meses)	₡9.913.947,00	₡ 29.741.841,00
2	Periodista (por servicios profesionales)	Encargado de 2 cuartillas por mes, a ₡38.130,57, por 12 meses)	₡480.000,00	₡ 960.000,00
1	Diagramador en artes gráficas	Diagramación de 16 páginas completas por mes, en un	₡ 454.320,00	₡ 454.320,00

	(por servicios profesionales)	tiempo estimado de 3 días por edición, a ¢12621 el día, por 12 ediciones.		
1	Contador (por servicios profesionales)	Se encargará de la contabilidad, en un tiempo estimado de 2 días al año, a ¢19,587 el día.	¢ 39.134,00	¢ 39.134,00
1	Web Master (por servicios profesionales)	Pendiente definir	¢ -	¢ -
Total				¢ 31.195.295,00

Fuente: Elaboración propia

Nótese que el periódico *El Vocero* no cuenta aún con versión virtual, por lo que el costo de los servicios profesionales de un *Web Máster* o diseñador de páginas web no está contemplado en el presupuesto preliminar.

Recursos materiales

Con el fin de minimizar los costos de funcionamiento del medio, se considera utilizar la menor cantidad posible de bienes duraderos que requieren inversión económica. Sin embargo, es deseable que cada recurso material que se adquiriera cuente con garantía de fabricante y sea de marca reconocida.

Considerando lo anteriormente expuesto, los recursos materiales contemplados en este apartado son los que se detallan en la tabla 7:

Tabla 7. Recursos materiales requeridos por año.

Cantidad	Recurso material	Referencia	Costo Unitario	Total
1	Computadora de escritorio	27" (HP N4V38AA#ABM)	₺ 849.990,00	₺ 849.990,00
1	Impresora Laser	Canon IX6810	₺ 119.990,00	₺ 119.990,00
3	Cartuchos de tinta	Juego de 5 colores	₺ 41.450,00	₺ 124.350,00
5	Resma Papel T/Carta	500 hojas , 90 Gr	₺ 2.490,00	₺ 12.450,00
5	Tarjetas de memoria USB	16 GB (Kingstone)	₺ 10.990,00	₺ 54.950,00
5	Tablet IPAD	16 GB, Wifi	₺ 319.990,00	₺ 1.599.950,00
5	Grabadora de voz digital	4 GB, MP3 (Sony)	₺ 69.990,00	₺ 349.950,00
5	Cámara digital, profesional	24 PP (Nikon D3300)	₺ 399.995	₺ 1.999.975,00
5	Teléfono + Internet	Celular iPhone SE + Plan telefonía celular 1 año (Kolbi)	₺ 507.000	₺ 2.535.000,00
5000	Afiches	impresos Full Color 11 x 17"	₺ 350	₺ 1.750.000,00
	Otros	Artículos de oficina, tarjetas presentación, etc.	₺ 603.395	₺ 603.395,00
				₺ 10.000.000,00

Fuente: Elaboración propia

El Vocero funciona como una oficina virtual, por lo que no requiere un espacio físico propio o exclusivo. Cada miembro del equipo creador, así como los colaboradores del medio,

realizan su trabajo de modo independiente, pero se van presentando avances y realizando reuniones a lo largo del proceso.

Todos los contenidos de *El Vocero* se transfieren vía internet para su respectiva revisión previa al cierre editorial.

Recurso Financiero

A la fecha está pendiente definir el monto económico que conlleva distribuir el periódico “*El Vocero* a lo largo del territorio riocuartense. Sin embargo, a continuación, se presenta la lista de recursos financieros necesarios para su elaboración.

Tabla 8. Recursos financieros

Cantidad	Recurso financiero	Observaciones	Costo Unitario	Total
5000	Impresión	16 páginas, full color, papel , papel gráfico para impresión, 8.5 x 11”	₡1.200	₡6.000.000
	Viáticos	Hospedaje, alimentación	₡1.000.000	₡1.000.000
	Imprevistos	Gastos no contemplados en el presupuesto.	₡500.000	₡500.000
5000	Distribución	En los principales locales comerciales y mercados de los 12 distritos de Pérez Zeledón	Pendiente	Pendiente
				₡7.500.000

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto

El presupuesto anual de *El Vocero*, es la suma de los montos totales estipulados para la contratación de Recurso Humano (Tabla 7), adquisición de Recursos Materiales (Tabla 8 y los costos relacionados con la impresión y distribución del periódico. Dichos costos, se resumen en la Tabla 10.

Tabla 9. Presupuesto

Tipo de recurso	Costo Total
Humano	₡31.195.295,00
Material	₡10.000.000,00
Financiero	₡ 7.500.000
Gran Total	48.695.295,00

Fuente: Elaboración propia

Nótese que a la fecha está pendiente definir el monto total requerido para realizar la distribución de 5000 ejemplares de “*El Vocero*”. Dicho monto supone un incremento del presupuesto total necesario para poner en marcha y distribuir el periódico en los tres distritos de Río Cuarto.

Referencias

- Albertos, J. (1996). Periodismo, Periódicos y Relatos Periodísticos. [Versión PDF]. Lectura Sobre Interpretativa de la Tesis de Toblas Peucer. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Servicio De Publicaciones Ucm. Madrid. Recuperado de:
<https://Revistas.Ucm.Es/Index.Php/Esmp/Article/Download/Esmp9696110063a/13065>
- Álvarez, A. (2009). Periodismo Social, Una Nueva Mirada a la Realidad. I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social Universidad de La Laguna. Sociedad Latina de Comunicación Social. Recuperado de:
<http://Www.Revistalatinacs.Org/09/Sociedad/Actas/100araceli.Html>

- Araya, I. (2014). Rediseño de una propuesta de noticiero para el canal local STV Canal 4 de San Vito de Coto Brus. Proyecto de Graduación sometido a consideración para optar por el grado Licenciatura en Periodismo. Ciudad Universitaria Rodrigo Facio. San José, Costa Rica. [Versión PDF]. Recuperado de:
<http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/handle/123456789/1921>
- Azcona, M. Manzini, F. y Dorati, J. (2013). Precisiones metodológicas sobre la unidad de análisis y la unidad de observación. Aplicación a la investigación en psicología. Instituto de Investigaciones en Psicología (IniPsi), Facultad de Psicología, Universidad Nacional de La Plata. IV Congreso Internacional de Investigación de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina. [Versión PDF]. Recuperado de:
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/45512/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Balderas, F. (2017). La Importancia de los Medios en la Democracia. Vanguardia Mx. Recopilado De: <https://www.vanguardia.com.mx/articulo/la-importancia-de-los-medios-en-la-democracia>
- Becerra, G. Arrey, V. (2013). Los Medios de Comunicación de Masas y las Noticias como Objeto de Estudio de la Sociología en la Perspectiva del Constructivismo Operativo de Niklas Luhmann. [Versión PDF]. Revista Mad - Universidad De Chile, N° 28. Chile. Recuperado de:
https://www.researchgate.net/publication/256294499_los_medios_de_comunicacion_de_masas_y_las_noticias_como_objeto_de_estudio_de_la_sociologia_en_la_perspectiva_del_constructivismo_operativo_de_niklas_luhmann
- Berlo, D. (1984). El Proceso de la Comunicación. Introducción a la Teoría y a la Práctica. [Versión PDF]. Decimocuarta Reimpresión. Librería El Ateneo Editorial. Argentina. Recopilado de: <https://bibliopopulares.files.wordpress.com/2012/12/El-proceso-de-la-comunicacion-david-k-berlo-301-1-b-514.pdf>

Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales Tercera edición. Pearson Educación. Colombia. [Versión PDF].

Recuperado de:

http://www.google.com/url?url=http://biblioteca.uccvirtual.edu.ni/index.php%3Fopcion%3Dcom_docman%26task%3Ddoc_download%26gid%3D245%26Itemid%3D1&rc=j&frm=1&q=&esrc=s&sa=U&ved=0ahUKEwjA277E-sTbAhUJWIMKHZk4AR4QFggTMAA&usg=AOvVaw3jU6mrAKzGDauEbu59od3w

Blanco, I. (2015). Los medios de comunicación comunitarios como espacios de educación no formal para los/las jóvenes. Revista de estudios e investigación en psicología y educación eissn: 2386-7418, 2015, vol. extr., no. 14. doi:

10.17979/reipe.2015.0.14.315. Universidad de la Coruña. Recuperado de:

https://sabelabranco.files.wordpress.com/2015/12/2015_lemma-blanco.pdf

Boni, F. (2008). Teorías de los medios de comunicación. Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions. Recuperado de:

<https://books.google.co.cr/books?id=lkLP2rnZzQMC&pg=PA251&dq=Medios+de+comunicaci%C3%B3n+tradicionales&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi1zJLn7srdAhXB51MKHfeaDpQQ6AEIFzAB#v=onepage&q=Medios%20de%20comunicaci%C3%B3n%20tradicionales&f=false>

Brenes, F. (2016). Estudio de la Factibilidad de Crear un Medio de Comunicación Digital Especializado en la Danza y Cultura en el Área Metropolitana en Costa Rica Durante el Primer Bimestre 2017. Escuela de Periodismo. Universidad Internacional de las Américas (UIA).

Cambronero, N. (2017). Río Cuarto, el cantón número 82, una comunidad ni de aquí ni de allá. La Nación. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/politica/rio-cuarto-el-canton-numero-82-una-comunidad-ni-de-aqui-ni-de-alla/BDLJWAZ57VELJKXW7THXS32JXU/story/>

- Campaign, C. (2013). Medios de Comunicación Comunitarios: Una voz para la sociedad civil. Comunicación y Ciudadanía. Recuperado de:
https://movimientos.org/es/foro_comunicacion/show_text.php3%3Fkey%3D2222trevista+como+tecnica+de+investigacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiyn_Hkr8_bAhUNulMKHUYgA98Q6AEIJAA#v=onepage&q&f=false
- Canga, J. (2000). Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión. Universidad del País Vasco. Recuperado de: <http://webs.ucm.es/info/periodismo/Periodismo/EMP/Numeros/07/7-3-Pone/7-3-02.htm>
- Casa Presidencial. (20 mayo, 2017). Río Cuarto se convierte en el cantón número 82 de Costa Rica. Recuperado de: <http://presidencia.go.cr/comunicados/2017/05/rio-cuarto-se-convierte-en-el-canton-numero-82-de-costa-rica/>
- Castaño, Castro, Becerra y González (2016). Propuesta para Integrar la Radio, la Prensa y la Televisión como Medios de Comunicación Online en el Municipio de Soacha. [Versión PDF]. Corporación Universitaria Minuto de Dios Especialización en Gerencia de Proyectos Soacha - Cundinamarca. Recuperado de:
<https://www.dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/300/10/ups-ct001875.pdf>
- Colper. (2018). Sello De Garantía. Lista Acreditados Sello de Garantía. Colegio de Periodistas de Costa Rica. Recuperado de:
http://colper.or.cr/app/cms/www/index.php?id_menu=11
- Cornejo, D. (2015). Estudio para la Implementación de Medios Impresos en La Península de Santa Elena. [Versión PDF]. Facultad de Comunicación Social. Universidad de Guayaquil. Ecuador. Recuperado de:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7453/1/tesis%20diana.pdf>
- Corrales, F. y Hernández, H. (2009). La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. Razón y Palabra, [en línea] 14(70). Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520478050>

Díez, S. (2006). Técnicas de Comunicación, La Comunicación en la Empresa. 1º Edición.

Ideaspropias Editorial. Celta, España. Recuperado de:

<https://Books.Google.Co.Cr/Books?Id=Iw6-sadnrzmc&Pg=Pa7&Dq=Definicion+De+Comunicacion&Hl=Es&Sa=X&Ved=0ahukewj98lwb7a7bahvrrlkkhui9cjyq6aeiezaa#V=Onepage&Q=Definicion%20de%20comunicacion&F=False>

Domínguez, E. (2012). Medios de Comunicación Masiva. Red Tercer Milenio. ISBN 978-607-733-147-6. Primera edición: 2012. Estado de México. [Versión PDF].

Recuperado

de: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios_de_comunicacion_masiva.pdf

Edo, C. (2009). Periodismo Informativo e Interpretativo. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros. Segunda Edición. Comunicación Social, ediciones y publicaciones. Sevilla - Zamora. Recuperado de:

<https://books.google.co.cr/books?id=8xV-hH2JQMUC&printsec=frontcover&dq=Periodismo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjE9YWA9-bdAhUS31MKHcU8BnMQ6AEIMDAF#v=onepage&q=Periodismo&f=false>

Fernández, T. García, A. (2001). Medios de Comunicación, Sociedad y Educación. Ediciones de la Universidad de Castilla - La Mancha. Cuenca. España. Recopilado de:

https://books.google.co.cr/books?id=P2bCqrT_NPOC&printsec=frontcover&hl=es&source=gsbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Fernández, V. (2006). Introducción a la investigación en ciencias sociales. Departamento de Organización de Empresas. Escuela Técnica Superior de Ingeniería Industrial y Aeronáutica de Terrassa. Universitat Politècnica de Catalunya, Barcelona. España. [Versión PDF]. Recopilado de:

<https://www.google.com/url?url=https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/501/Introducci%25C3%25B3n%2520a%2520la%2520investigaci%25C3%25B3n%2520en%2520ciencias%2520sociales.pdf&rct=j&frm=1&q=&esrc=s&sa=U&ved=0ah>

[UKEwjW_NuxpcXbAhUH4VMKHf59CSIQFggkMAM&usg=AOvVaw0SqLTrt0eBPK1eWFDUnOAc](https://books.google.co.cr/books?id=UKEwjW_NuxpcXbAhUH4VMKHf59CSIQFggkMAM&usg=AOvVaw0SqLTrt0eBPK1eWFDUnOAc)

García, V. Gutiérrez, L. (2011). Manual de Géneros Periodísticos. Textos Universitarios: Periodismo. Universidad La Sabana. Ecoediciones. ISBN 958 - 648 - 731 - 3. Bogotá, Colombia. Recuperado de:

<https://books.google.co.cr/books?id=Ak0zv4wk6NAC&printsec=frontcover&dq=generos+periodisticos+pdf&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjOz4nq6uvdAhUnwFkKHfr4Ak0Q6AEIKjAB#v=onepage&q=generos%20periodisticos%20pdf&f=false>

González, E. (2000). Medios y sociedad civil: una alianza para el control político. Revista Razón y Palabra. Recuperado de:

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18ealvarez.html>

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, M. (2014), Metodología de la Investigación. Sexta Edición. Mc Graw-Hill / Interamericana Editores, S.A., de C.V. México D.F.

[Versión PDF]. Recuperado de:

<https://www.dropbox.com/s/glt6etb09elj2qo/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20-sampieri-%20ULTIMA%20EDICION.pdf?dl=0>

Hernández, M. (2013). La Investigación Científica. Diferencia entre método, técnica, instrumento y metodología. Blog Metodología de investigación. Marisol Hernández. ASESORÍA Maracaibo, Venezuela. Recuperado de:

<http://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com/2013/09/diferencia-entre-metodo-tecnica.html>

Hidalgo, E. (2005). Medios o Democracia. El Impacto de los Medios de Comunicación sobre la División de Poderes. 1ª Edición. Colihue, Buenos Aires. Argentina. Recopilado de:

https://books.google.co.cr/books?id=x9OTNyNhd5MC&pg=PA130&dq=Medios+o+democracia+el+impacto+de+los+medios+de+comunicacion+en+la+division+de+poderes&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjdz8fG7_DcAhUurVkKHfEvDvQQ6AEIEzAA#v=onepage&q=Medios%20o%20democracia%20el%20impacto%20de%20los%20medios%20de%20comunicacion%20en%20la%20division%20de%20poderes&f=false

- Huamán, H. (2005). Manual de Técnicas de Investigación. Conceptos y Aplicaciones. Segunda Edición. IPLADEES. S.A.C. Lima, Perú. Recopilado de:
https://books.google.co.cr/books?id=OEHABAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Hurtado, I. Toro, J. (2007) Paradigmas y Métodos de Investigación en Tiempos de Cambios. Modelos de conocimiento que rigen los procesos de investigación y los métodos científicos expuestos desde la perspectiva de las Ciencias Sociales. Los Libros de El Nacional. Editorial CEC.S.A. Caracas, Venezuela: Recuperado de:
<https://books.google.co.cr/books?id=pTHLXXMa90sC&pg=PA90&dq=que+es+el+marco+metodo+l%C3%B3gico+de+una+investigaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewjnwciG7MTbAhVD7FMKHe3wCKgQ6AEIEzAA#v=onepage&q=que%20es%20el%20marco%20metodo+l%C3%B3gico%20de%20una%20investigaci%C3%B3n&f=false>
- INEC. (2017). Estadísticas Vitales 2016. Población, Nacimientos Defunciones y Matrimonios. Área de Censos y Encuestas. [Versión PDF]. Recuperado de:
<http://www.inec.go.cr/sites/default/files/documetos-biblioteca-virtual/repoblancev2016.pdf>
- Juárez, S. (2012). El Proceso de Comunicación Orientado a la Calidad. Estudio de Caso: Instituto Nacional de Administración Pública. [Versión PDF]. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Recopilado de:
http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0978.pdf
- Lema, I. (2015). Los Medios de Comunicación Comunitarios como Espacios de Educación no Formal para los/las Jóvenes. [Versión PDF]. Revista de Estudios e Investigación en Psicología e Educación Eissn: 2386-7418, 2015, Vol. Extr., No. 14. Doi: 10.17979/Reipe.2015.0.14.315. Recuperado de:
https://Sabelabranco.Files.Wordpress.Com/2015/12/2015_ lema-blanco.Pdf

Ley de Creación del Cantón XVI Río Cuarto, de la Provincia de Alajuela, N.º9440, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (2017). Diario Oficial La Gaceta. (2017). Alcance N.º55. Imprenta Nacional de Costa Rica. Recuperado de:

https://www.imprentanacional.go.cr/pub/2017/03/09/alca55_09_03_2017.pdf

Luna, V. (2007). Medios regionales y agencias de publicidad: El planificador y su decisión al elegir un medio para pautar. Tesis publicada de comunicación, Universidad Estatal a Distancia, San José, Costa Rica. Versión PDF. Recuperado de:

<http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/120809/758/1/medios%20regionales%20y%20agencias%20de%20publicidad.pdf>

Marqués, J. (2012). La Caída de Difusión en los Diarios de Pago. Principales Causas y su Relevancia en el Caso Español. [Versión PDF]. Facultat de Comunicació Blanquerna. Universitat Ramon Llull. Recuperado de:

<https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/101465/tesis%20joaqu%C3%ADn%20marqu%C3%A9s%20pascual.pdf?sequence=1>

Martínez, M. (2012). Teoría del Periodismo. Red Tercer Milenio. ISBN 978-607-733-035-6 Primera edición: 2012. Estado de México. [Versión PDF]. Recuperado de:

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

MIDEPLAN. (8 marzo, 2018). V informe sobre Índice de Desarrollo Social. Recuperado de:

<https://documentos.mideplan.go.cr/share/s/6l2bxJTjQqWPGoLkFtG9Xw>

Monge, C. (2011). Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa. Guía didáctica. Universidad Sur-colombiana. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Programa de Comunicación Social y Periodismo. Neiva, Colombia. [Versión PDF]. Recuperado de:

https://drive.google.com/drive/folders/1VOg7UJF3DLYjpHp9o6bhDIyZg_oGhYsS

Mora, M. (2012). Consultoría para el Análisis del Proyecto de Ley Expediente No. 15.321, Creación del Cantón XVI de la Provincia de Alajuela “La Amistad” y Formulación de

- Recomendaciones para la Continuación de su Trámite y la Ley. Comité Pro-Cantonato La Amistad. Alajuela.
- Orozco, L. (2012) Propuesta para la creación de un medio de comunicación comunitaria en el cantón de Alajuelita. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad Internacional de las Américas.
- O'Sullivan, J. (1996). La comunicación humana: grandes temas contemporáneos de la comunicación. Universidad Católica Andrés Bello. Fondo de Publicaciones Fundación Polar - UCAB Caracas, 1996. Recuperado de:
https://books.google.co.cr/books?id=QWhp4Ga2AbEC&pg=PA27&dq=en+que+consiste+el+modelo+de+comunicacion+de+aristoteles&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwju_ae2t_DdAhWRW8AKHX-3Df0Q6AEIMzAC#v=onepage&q=en%20que%20consiste%20el%20modelo%20de%20comunicacion%20de%20aristoteles&f=false
- Pena, F. (2009). Teoría del periodismo. [Versión electrónica / e book]. Comunicación social, ediciones y publicaciones. Sevilla - Zamora, España. Recuperado de: https://books.google.co.cr/books?id=CRUcMrdaTXoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Revista Académica de Investigación Editada por Eumed.net. España. Versión PDF recopilado de: <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/13/estudios-fiscales.pdf>
- Rizo, A. Gómez, J. (2014). Propuesta Creación de un Periódico Comunitario como Herramienta Informativa de la Comunidad del Barrio Villa del Prado, Comuna Cinco del Nororiente de la Ciudad de Cali. [Versión PDF]. Universidad Autónoma de Occidente Facultad de Comunicación Social. Departamento de Ciencias de la Comunicación. Programa de Comunicación Social y Periodismo. Santiago de Cali. Recuperado de: <https://Red.Uao.Edu.Co/Bitstream/10614/7871/1/T05869.Pdf>
- Rodríguez, C. (2009). De Medios Alternativos a Medios Ciudadanos: Trayectoria Teórica de un Término. From Alternative Media to Citizens' Media: Theoretical Development of a New Term. [Versión PDF]. Recopilado de:

<http://revistaestudiospoliticos.udea.edu.co/index.php/folios/article/download/6416/5898>

Rojas, N. (2013). Propuesta de revista digital multimedia para la difusión de deportes alternativos. Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Costa Rica. [Versión PDF]. Recopilado de:
<http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/1919/1/35846.pdf>

Ruiz, M. Barboa, M. y Rodríguez, J. (2013). El Enfoque Mixto de Investigación en los Estudios Fiscales. Tlatemoani. Revista Académica de Investigación Editada por Eumed.net. España. [Versión PDF]. Recuperado de:
<http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/13/estudios-fiscales.pdf>

Santos, D. (2012). Fundamentos de la Comunicación. Primera Edición. Red Tercer Milenio. México. [Versión PDF]. Recuperado de:
Http://Www.Aliat.Org.Mx/Bibliotecasdigitales/Comunicacion/Fundamentos_de_comunicacion.Pdf

Sello Garantía. (2018). Colegio Periodistas de Costa Rica. Recuperado de:
http://www.colper.or.cr/app/cms/www/index.php?id_me

Tacori, J. Muñoz, M. (2010). Proyecto de Elaboración de un Periódico Semanario para Choldeleg. [Versión PDF]. Universidad Politécnica Salesiana. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación Carrera de Comunicación Social. Cuenca, Ecuador. Recuperado de:
<https://www.dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/300/10/UPS-CT001875.pdf>

Ureña, L. (2013). Periodismo Comunitario en Costa Rica: La Información en Manos de la Ciudadanía. Trabajo Final de Graduación para optar por el grado de Máster en Administración de Medios de Comunicación con énfasis en Tecnologías de la Información y la Comunicación de la Universidad Estatal a Distancia, Sistema de Estudios de Posgrado, Escuela de Ciencias de la Administración, Maestría en Administración de Medios de Comunicación. San José, Costa Rica. [Versión PDF].

Recuperado de:

<http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/120809/769/1/Periodismo%20comunitario%20en%20CR..pdf>

Van Der hofstadt, R. (2005). El libro de las habilidades de comunicación. Cómo mejorar la comunicación personal. Segunda edición. Ediciones Díaz de Santos S.A. España.

Recopilado de:

[https://books.google.co.cr/books?id=7ldQbFzhRBkC&printsec=frontcover&dq=Van+Der+hofstadt+R.+\(2005\).&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiA0fW18vDcAhVXfisKHcl7C_gQ6AEIEzAA#v=onepage&q=Van%20Der%20hofstadt%20R.%20\(2005\).&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=7ldQbFzhRBkC&printsec=frontcover&dq=Van+Der+hofstadt+R.+(2005).&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiA0fW18vDcAhVXfisKHcl7C_gQ6AEIEzAA#v=onepage&q=Van%20Der%20hofstadt%20R.%20(2005).&f=false)

Varela, R. (2018). Ensayo Sobre Teoría De La Comunicaciona. Material Maestría en Gestión de la Tecnología Educativa-UAPA. Recuperado

de: <https://es.calameo.com/accounts/5644736>

Vega, P. (2016). Periodismo y Literatura en Costa Rica (1833-1950). [Versión PDF].

Recuperado

de: www.revistas.una.ac.cr/index.php/historia/article/download/8412/9467

Apéndices

En este apartado se adjuntan los documentos adicionales implementados durante la investigación con el propósito de que pueda comprenderse de una mejor manera el tema que se aborda.

Apéndice A. Entrevista (transcripciones de las entrevistas realizadas)

Para efectos de recopilación de información en la presente investigación se utiliza en primera instancia la entrevista como técnica de recolección de datos mediante preguntas

abiertas, que permiten al entrevistado dar puntos de vista más allá de la consulta realizada, misma cuyas transcripciones se muestran a continuación:

Doris Rojas Morera, Fiscal Concejo Distrito Santa Rita.

1. ¿Qué tipo de noticias de interés comunal se generan frecuentemente?

Por lo general lo que más se da a conocer son sucesos, no se presentan muchos, pero cuando hay eso es lo que más rápido se da a conocer los accidentes, además de temas de desarrollo social en cuanto al tema de la conformación del cantón.

2. ¿Cómo se informa la comunidad de las noticias que pasan a nivel local? ¿Cuáles medios se utilizan para obtener la información?

Hay grupos de WhatsApp de noticias que dan a conocer cosas que pasan y un Facebook que se llama Santa Rita Noticias, pero por lo general en esa venden cosas también, y tenemos una página que se llama “Santa Rita, tierra de oportunidades”, que utilizamos para dar a conocer la información que genera nuestra asociación de desarrollo.

3. ¿Cómo comunican las informaciones de interés comunal que se generan en el cantón o desde la organización o institución que usted representa?

Como mencioné anteriormente, tenemos una “Santa Rita, tierra de oportunidades”, en donde damos a conocer lo que hacemos como asociación, además tenemos un grupo informativo de whats app y también mandamos a decir o a comunicar a los centros educativos lo que hacemos. También hacemos reuniones o foros informativos.

4. ¿Hay en Río Cuarto un medio de comunicación con el que la comunidad se identifique y por el cual se divulguen noticias e información de interés local?

Acá en la comunidad de Río Cuarto hay un noticiero que se llama Noticias Santa Isabel que es una página de Facebook pero la comunidad no se identifica con este

medio pues la gente lo ve muy poco, pues tampoco es un medio de comunicación establecido-formalmente.

5. ¿Tiene Río Cuarto una necesidad en cuanto a la divulgación de información de interés cantonal?

Por supuesto, acá se genera muchísima información que difícilmente es conocida por toda la comunidad.

6. ¿Considera importante el establecimiento de un periódico como medio de comunicación en el cantón?

Sí creo que es muy importante siempre y cuando sea objetivo con información objetiva, porque hay un periódico que cubre información de toda la Zona Norte y a veces saca información de Río Cuarto pero manipulada.

7. ¿Qué opinión tiene de lo que es un periódico comunitario?

Creo que un periódico comunitario es muy importante, porque la gente se informa de lo que pasa en la propia comunidad.

8. ¿Usaría un periódico local como herramienta para expresar las necesidades de la comunidad o aportes hechos al bien común por la organización que usted representa?

Claro, es una herramienta importante para dar a conocer no solo lo que la asociación de desarrollo hace en Santa Rita, sino todo lo que pasa en el cantón.

9. ¿Qué tipo de información local considera es importante que la comunidad conozca?

En este momento lo que más fuerte que se está informando es el tema de la conformación del cantón, además de temas para jóvenes, como el tema de los estudiantes en el Festival Estudiantil de las Artes, o temas de adultos mayores, y comités culturales, todo eso es un nicho para generar información.

10. ¿Estaría usted dispuesta, o la institución que representa, a colaborar de alguna forma con la creación de un periódico comunitario en Río Cuarto?

Claro que sí, aunque primero debemos valorar el tipo de ayuda que daríamos, pero lo más seguro sería informativa.

11. ¿Al conformarse Río Cuarto como cantón y estar a las puertas del funcionamiento municipal, considera importante la circulación de un periódico local?

Claro que sí es muy importante, ya en este momento hay cosas de quehacer como cantón, ya que vamos a empezar como un cantón muy pobre y hay que ver muchas cosas de la conformación de la municipalidad y de su actividad, pues la gente debe conocer el teje y maneje de lo que hace la nueva municipalidad, que en mayo de 2020 inicia la actividad municipal, con sus acuerdo municipales y sus labores.

12. ¿Cree que un medio de comunicación puede ayudar al desarrollo social del cantón?

Claro que sí, claro que sí, efectivamente en la comunicación y las noticias se puede desarrollar información social y comercial que permita desarrollar el cantón, sobre todo en un medio escrito.

Marcelo Alvarado, líder comunal (ex coordinador enlace CNE y ex miembro Asociación Pro Cantonato)

1. ¿Qué tipo de noticias de interés comunal se generan frecuentemente?

Río Cuarto ha sido una población muy tranquila gracias a Dios, en el tema de noticias de sucesos estas se generan muy poco, pero sí hay, a nivel cultural es muy importante estas noticias que sí se generan y a nivel social son muy importantes, sí se generan, como por ejemplo el trabajo que se realiza de la cabecera y distribución del cantón para conocer su cabecera y jerarcas en relación al establecimiento de tiene que ver con toda-la-conformación-de-este-nuevo-cantón.

2. ¿Cómo se informa la comunidad de las noticias que pasan a nivel local? ¿Cuáles medios se utilizan para obtener la información?

Hoy por hoy lo que realmente más se usa son las redes sociales en primera instancia, además hay boletines informativos que algunas organizaciones o instituciones imprimen y distribuyen en la comunidad, aparte de que también hay una gran apertura con las asociaciones de desarrollo y diversos comités y esa información ellos la transmiten-en-cada-pueblo.

3. ¿Cómo comunican las informaciones de interés comunal que se generan en el cantón o desde la organización o institución que usted representa?

Bueno, cuando participaba activamente de alguna de las agrupaciones a las que pertenecí, lo hacíamos a través de reuniones y de grupos de WhatsApp.

4. ¿Hay en Río Cuarto un medio de comunicación con el que la comunidad se identifique y por el cual se divulguen noticias e información de interés local?

No, es una carencia que tenemos, tenemos un rezago en cuanto a tener un medio de comunicación, ya sea una emisora o un periódico, años atrás funcionó de manera ilegal una radiofrecuencia que fue cerrada, pero propiamente no hay un medio de información propio del pueblo.

5. ¿Tiene Río Cuarto una necesidad en cuanto a la divulgación de información de interés cantonal?

Por supuesto que es una necesidad, eso es una prioridad el poder contar con una emisora de radio o un periódico escrito, hubo una iniciativa de poder tener un periódico pero no se pudo gestar y no lo tenemos, pero es una necesidad primordial.

6. ¿Considera importante el establecimiento de un periódico como medio de comunicación en el cantón?

Yo pienso que un periódico cantonal sería un medio muy importante y una herramienta-que-innovaría-la-información-en-toda-la-comunidad.

7. ¿Qué opinión tiene de lo que es un periódico comunitario?

Para mí, como le digo, un periódico comunitario sería muy importante, de 10 le daría un nueve pues es una manera económica para que la comunidad se mantenga informada

8. ¿Usaría un periódico local como herramienta para expresar las necesidades de la comunidad o aportes hechos al bien común por la organización que usted representa?

Claro que es una buena herramienta, la información que la comunidad debe conocer en estos momentos es la parte legal y conformación del cantón, es muy importante porque lógicamente se sabe que muchas comunidades son apáticas a informarse en cuanto a divulgación de noticias que se dan en reuniones, foros o actividades, no van a estas actividades, entonces informar a través de un medio de comunicación sería más fácil, de ahí la importancia de contar con un medio.

9. ¿Qué tipo de información local considera es importante que la comunidad conozca?

Yo considero importante sobre todo el tema del Cantonato, está pronto a instaurarse la municipalidad de Río Cuarto y la comunidad debe estar muy bien informada de ese proceso. Por supuesto hay muchos otros temas sociales que se deben divulgar, como caminos, delincuencia, entre otros.

10. ¿Estaría usted dispuesto, o la institución que representa, a colaborar de alguna forma con la creación de un periódico comunitario en Río Cuarto?

Aunque ya no pertenezco a ninguna organización comunal, puedo dar fe de que cualquiera de ellas sería partícipe de eso, como le digo, se ha intentado mucho informar por parte de las asociaciones, desde hace unos cuatro, cinco años, la dirigencia comunal cambió su forma de informar, y ahora hay una comunicación muy

cercana entre las asociaciones y las instituciones para informar a la población y yo doy fe de eso, lo digo con conocimiento de causa de que todas las asociaciones, organizaciones y hasta instituciones de Gobierno estarían deseosas de poder colaborar con la divulgación de información gestada en el cantón.

11. ¿Al conformarse Río Cuarto como cantón y estar a las puertas del funcionamiento municipal, considera importante la circulación de un periódico local?

Sí, claro que sí, es muy importante, claro, por supuesto, en este momento, por ejemplo, le comento que lo que se ha estado haciendo son reuniones mensuales en las comunidades, organizadas por la dirigencia comunal para informales sobre el funcionamiento futuro de una municipalidad, se han dado asesorías a las comunidades en todo el cantón para que se informe lo que es el funcionamiento de una municipalidad, además de que una vez conformada la municipalidad, la población debe conocer de primera mano toda la actividad que esta realizará.

12. ¿Cree que un medio de comunicación puede ayudar al desarrollo social del cantón?

Claro que sí, claro que sí, efectivamente en la comunicación y las noticias se puede desarrollar información social y comercial que permita desarrollar el cantón, sobre todo en un medio escrito.

Sí señor, totalmente de acuerdo, sería muy positivo y bueno, nacer como cantón con un medio informativo, instaurado, completo y propio en la comunidad es cien por ciento necesario y muy bien visto para ayudar a impulsar el desarrollo del cantón.

Vivian Medina, Directora regional Defensoría de los Habitantes.

1. ¿Qué tipo de noticias de interés comunal se generan frecuentemente?

Todo lo que tenga que ver con el desarrollo de una comunidad y la solución de problemas que afectan a un colectivo.

2. ¿Cómo se informa la comunidad de las noticias que pasan a nivel local? ¿Cuáles medios se utilizan para obtener la información?

En este momento imagino que las noticias provienen principalmente de fuentes informales, así como de los medios externos al cantón que no necesariamente brindan cobertura-apegada-a-los-intereses-de-los-pobladores.

3. ¿Cómo comunican las informaciones de interés comunal que se generan en el cantón o desde la organización o institución que usted representa?

Se identifican líderes comunales y se les convoca o notifica la información que se quiere dar a conocer. Además se recorre a métodos más rústicos como la colocación de afiches en puntos estratégicos del cantón y otros más modernos como las diferentes redes-sociales-de-la-institución.

4. ¿Hay en Río Cuarto un medio de comunicación con el que la comunidad se identifique y por el cual se divulguen noticias e información de interés local?

En caso de que exista lo desconozco.

5. ¿Tiene Río Cuarto una necesidad en cuanto a la divulgación de información de interés-cantonal?

Todas las comunidades en general requieren medios de comunicación que tengan una línea de contenido apegada a sus necesidades, pues aunque pueden ver noticias nacionales o regionales, no cubren sus requerimientos directos.

6. ¿Considera importante el establecimiento de un periódico como medio de comunicación-en-el-cantón,-por-qué?

No necesariamente un periódico. Puede ser cualquier medio de comunicación que brinde-proximidad,-oportunidad-y-contenido-local.

7. ¿Qué opinión tiene de lo que es un periódico comunitario?

Un periódico comunitario es un reto de comunicación no solo para quien lo elabora, sino también para el lector que debe aprender a reconocer el esfuerzo emprendido por abarcar la realidad local aunque se compita con grandes proyectos informativos.

8. ¿Usaría un periódico local como herramienta para expresar las necesidades de la comunidad o aportes hechos al bien común por la organización que usted representa?

Claro, porque si se trata de un proyecto sobre una comunidad específica, la información-llegará-de-forma-directa.

9. ¿Qué tipo de información local considera es importante que la comunidad conozca?

Proyectos comunales, problemática social, organización comunitaria, liderazgo e innovaciones-locales.

10. ¿Estaría usted dispuesto, o la institución que representa, a colaborar de alguna forma con la creación de un periódico comunitario en Río Cuarto?

En este momento no se me ocurre cómo, salvo que sea brindando información cada vez que se cuente con información que tiene eventual impacto en el público meta.

11. ¿Al conformarse Río Cuarto como cantón y estar a las puertas del funcionamiento municipal, considera importante la circulación de un periódico local? ¿Por qué?

Los municipios siempre son y seguirán fuentes generadoras de informaciones diarias, además de que muchas veces se ven inmersas en las problemáticas de sus localidades por la falta de solución a los problemas locales.

12. ¿Cómo cree que un medio de comunicación puede ayudar al desarrollo social del

cantón?

Investigando con seriedad, llevando un menú informativo variado, acorde a las preocupaciones de la población.

Verna Céspedes Rojas, Directora Colegio La Amistad, Río Cuarto

1. ¿Qué tipo de noticias de interés comunal se generan frecuentemente?

Asambleas distritales, asociaciones de desarrollo, comités, grupos, AyA.

2. ¿Cómo se informa la comunidad de las noticias que pasan a nivel local? ¿Cuáles medios se utiliza para obtener la información?

No existe ningún medio comunal. Algunos asistente a reunión de los diferentes grupos, asociaciones. Los medio de comunicación son los periódicos comerciales, Televisión, Redes Sociales, Teléfono (chisme).

3. ¿Cómo comunican las informaciones de interés comunal que se generan en el cantón o desde la organización o institución que usted representa?

A nivel comunal las personas asisten a reuniones, no hay un periódico. A nivel institucional la comunicación se da por medio del uso del Cuaderno de Comunicaciones al Hogar, Redes Sociales, o una simple hoja con información que se envía por medio de los estudiantes (pero no es muy segura).

4. ¿Hay en Río Cuarto un medio de comunicación con el que la comunidad se identifique y por el cual se divulguen noticias e información de interés local?

No existe un periódico comunal, pero están los periódicos comerciales, financieros nacionales, canales de televisión, redes sociales.

5. ¿Tiene Río Cuarto una necesidad en cuanto a la divulgación de información de interés-cantonal?

Al ser un cantón, se debe de estar informado. La comunidad es la base para la toma de decisiones, conocer y resolver necesidades, problemas, proyectos a futuro.

6. ¿Considera importante el establecimiento de un periódico como medio de comunicación-en-el-cantón?

Sería un medio seguro, barato, oficial para la información precisa y necesaria de la comunidad sobre el cantón. Genera un costo mantenerlo, pero se solicitan donaciones o publicidad para darle seguimiento. Pero conociendo a la población actual, que no les gusta leer, menos informarse, habría que hacer un estudio de factibilidad y mercadeo para determinar la importancia de crearlo y cómo sería su financiamiento.

7. ¿Qué opinión tiene de lo que es un periódico comunitario?

Facilita conocer las necesidades de la comunidad, son un excelente medio de comunicación alternativa, ya que dan un enfoque seguro, directo, preciso a la esencia, caracterización, enfoque de la comunidad y brindaría seguridad para la toma de decisiones.

8. ¿Usaría un periódico local como herramienta para expresar las necesidades de la comunidad o aportes hechos al bien común por la organización que usted representa?

Nunca-lo-he-hecho,-pero-podría-intentarlo.

9. ¿Qué tipo de información local considera es importante que la comunidad conozca?

Educación, financiera, turística, deportiva, social, legal, proyectos, necesidades y soluciones, cultura, arte.

10. ¿Estaría usted dispuesto, o la institución que representa, a colaborar de alguna forma con la creación de un periódico comunitario en Río Cuarto?

Por medio de los Proyectos de Servicio Comunal Estudiantil para estudiantes de décimo año.

11. ¿Al conformarse Río Cuarto como cantón y estar a las puertas del funcionamiento municipal, considera importante la circulación de un periódico local?

Todo lo que esté pasando actualmente en este nuevo cantón debe irse dando en proceso, pero este debe darse de forma ordenada, pausada y con la seriedad de llegar a soluciones concretas y de acuerdo a las necesidades planteadas, por lo que todos sabemos la obligación de informarnos asertivamente o no, conocer los planes y políticas a futuro que dependerán para el buen desarrollo comunitario del Cantón, apertura a los nuevos avances, planificaciones y proyectos.

12. ¿Cómo cree que un medio de comunicación puede ayudar al desarrollo social del cantón?

Creo que es la clave para el desarrollo humano, por medio del cual nos informamos, interactuamos, conocemos los cambios positivos y negativos de la comunidad que se van generando día a día, políticas, la adecuada planificación y programación para la toma de las decisiones.

Apéndice B. Cuestionario.

Este método se presenta mediante una serie de preguntas escritas a través de un cuestionario que se le da al segundo grupo de unidad de análisis, en este caso a 193 personas de la comunidad, seleccionadas al azar dentro del área geográfica de interés que es Río Cuarto. Este instrumento permite conocer la opinión general de un grupo mucho mayor de personas sobre el tema en cuestión.

1- ¿Con qué frecuencia lee usted medios de comunicación impresos (periódicos)? *

Mucha

Poca

Muy poca

2- ¿Qué medio de comunicación escrito (periódico) a nivel nacional lee con mayor frecuencia para estar informado? *Puede marcar varias opciones*

La Nación

La Extra

La Teja

La República

Otro

3- ¿Qué tipo de información le gusta leer en un periódico? *Puede marcar varias opciones*.

Política

Sociales

Economía

Cultura

Ambiente

Sucesos

Ciencia

Tecnología

Deporte

Salud

Educación

Opinión

Editorial

Espectáculos

Agro

4- ¿Conoce de algún medio escrito (periódico) de circulación local (Río Cuarto) o regional (Zona Norte) en el que puede leer constantemente noticias solo del cantón Río Cuarto?

No

Sí. (Escriba abajo, en el espacio en blanco donde dice "Otra" el nombre del medio escrito que conoce)

Otro:

5- ¿Considera importante que exista un periódico local que informe de noticias ocurridas en Río Cuarto?

Sí.

No

6- ¿Cree que un periódico local puede servir como herramienta para ayudar, mediante la participación ciudadana, a dar a conocer las necesidades de la comunidad en búsqueda de soluciones?

Sí

No

7- ¿Cree que la opinión de la comunidad, conocida a través de un periódico informativo, sea escuchada por las autoridades o instituciones competentes en la búsqueda de soluciones y en el desarrollo del cantón?

Sí

No

8- ¿Apoyaría la iniciativa de que se establezca un periódico en Río Cuarto?

Sí. ¿Cómo apoyaría? Puede marcar varias opciones de las mostradas bajo este ítem:

Aportando información

Adquiriéndolo

Distribuyéndolo

Comprando publicidad en el periódico

No apoyo la iniciativa

9- De crearse un periódico propio del cantón Río Cuarto, ¿Dónde le gustaría adquirirlo?

Puede marcar varias opciones

En algún comercio

En alguna institución

En su casa

10- De crearse un periódico propio del cantón Río Cuarto ¿Estaría de acuerdo en pagar por adquirirlo?

Sí

No

11- Además de una versión impresa del periódico, ¿estaría dispuesto (a) a seguirle en una versión digital, como Facebook o página web?

Sí

No

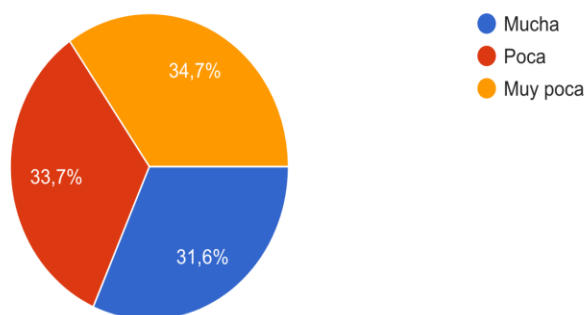
Apéndice C. Cuadros estadísticos

Los cuadros estadísticos se conformaron para ayudar a comprender de mejor forma los resultados obtenidos con la encuesta realizada.

Apéndice C.1

1- ¿Con qué frecuencia lee usted medios de comunicación impresos (periódicos)?

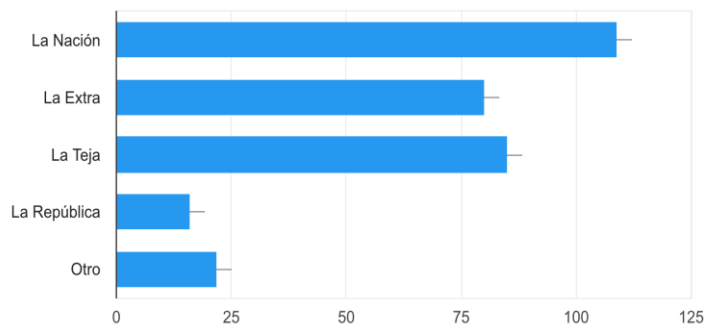
193 respuestas



Apéndice C.2

2- ¿Qué medio de comunicación escrito (periódico) a nivel nacional lee con mayor frecuencia para estar informado? *Puede marcar varias opciones*

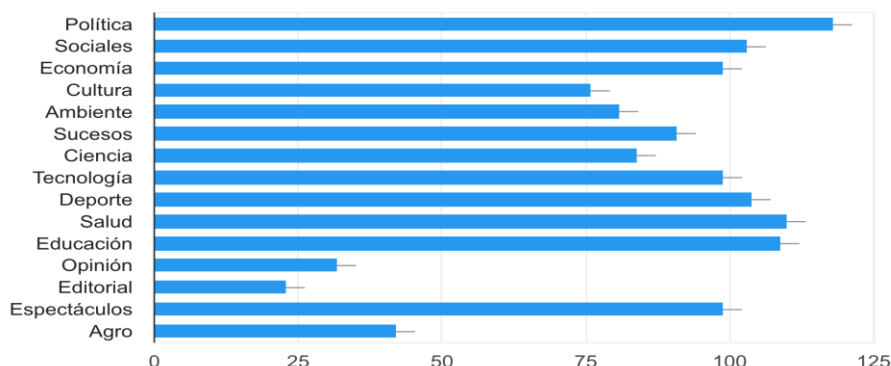
193 respuestas



Apéndice.C.3

3- ¿Qué tipo de información le gusta leer en un periódico? *Puede marcar varias opciones*

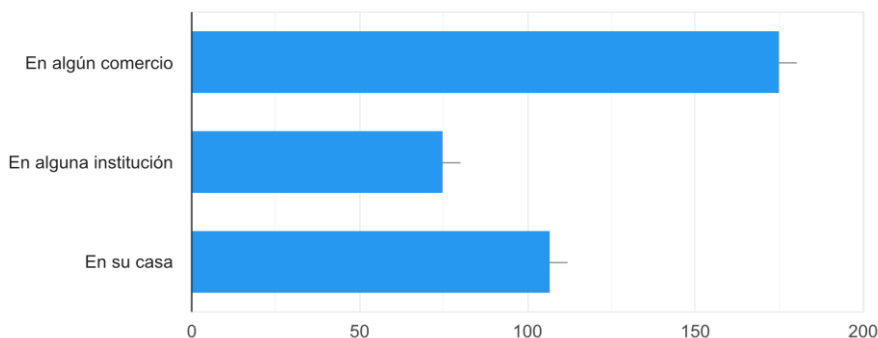
193 respuestas



Apéndice C.4

De crearse un periódico propio del cantón Río Cuarto, ¿Dónde le gustaría adquirirlo? *Puede marcar varias opciones*

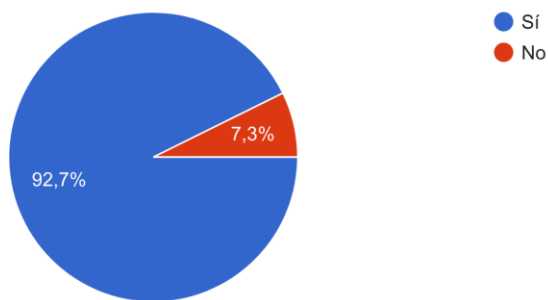
193 respuestas



Apéndice C.5

De crearse un periódico propio del cantón Río Cuarto ¿Estaría de acuerdo en pagar por adquirirlo?

192 respuestas



Apéndice C.6

Además de una versión impresa del periódico, ¿estaría dispuesto (a) a seguirle en una versión digital, como Facebook o página web?

193 respuestas

