

UNIVERSIDAD ESTATAL A DISTANCIA  
SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**PERIODISMO COMUNITARIO EN COSTA RICA: LA INFORMACIÓN EN  
MANOS DE LA CIUDADANÍA**

Candidata: Lauren Ureña Sandoval

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

San José, Costa Rica

2013

## DEDICATORIA

A mis queridos seres. A mi madre y mi hermano, las dos almas que me completan.

## **AGRADECIMIENTOS**

A las personas que representan estas instituciones. Por su disposición, apertura y apoyo.

Instituto Costarricense de Educación Radiofónica (ICER)

Voces Nuestras

La Voz de La Carpio

Abriendo el surco

Voz de mujer

Universidad Estatal a Distancia (UNED)

Comité asesor del Trabajo Final de Graduación

# CONTENIDO

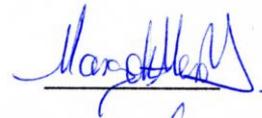
<b>ACTA DE GRADUACIÓN</b>	
<b>DEDICATORIA</b>	<b>i</b>
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	<b>ii</b>
<b>CONTENIDO</b>	<b>iii</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>vii</b>
<b>CAPÍTULO 1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>2</b>
<b>1.1 Planteamiento de la investigación</b>	<b>2</b>
<b>1.2 Planteamiento del problema</b>	<b>5</b>
<b>1.3 Justificación de la investigación</b>	<b>9</b>
1.3.1 Comunicación comunitaria: participación y articulación	9
<b>1.4 Objetivo general y objetivos específicos</b>	<b>11</b>
1.4.1 Objetivo general	12
1.4.2 Objetivos específicos	12
<b>1.5 Delimitación del problema</b>	<b>12</b>
1.5.1 Alcances	13
1.5.2 Limitaciones	13
<b>CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL</b>	<b>16</b>
<b>2.1 El universo del periodismo comunitario</b>	<b>16</b>
<b>2.2 El contexto nacional</b>	<b>46</b>
2.2.1 Voces Nuestras	46
2.2.2 Instituto Costarricense de Educación Radiofónica (ICER)	48
2.2.3 Voz de mujer	50
2.2.4 Abriendo el surco	50
2.2.5 La Voz de La Carpio	51
<b>CAPÍTULO 3. MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>54</b>

<b>3.1 Tipo de investigación</b>	<b>54</b>
<b>3.2 Fuentes y sujetos de información</b>	<b>55</b>
3.2.1 Fuentes	55
3.2.2 Sujetos	55
<b>3.3 Método de recolección de la información</b>	<b>56</b>
<b>3.4 Categoría de análisis</b>	<b>57</b>
<b>3.5 Procesamiento de la información</b>	<b>58</b>
<b>CAPÍTULO 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS</b>	<b>60</b>
4.1 Panorama costarricense	60
<b>CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>80</b>
5.1 Conclusiones	80
5.2 Recomendaciones	84
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>87</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>94</b>
Anexo A: Cuestionario entrevista experto N°1	94
Anexo B: Cuestionario entrevista experto N°2	95
Anexo C: Cuestionario entrevista experto N°3	96
Anexo D: Cuestionario entrevista periodistas comunitarios N°1	97
Anexo E: Cuestionario entrevista periodistas comunitarios N°2	98
Anexo F: Cuestionario entrevista periodistas comunitarios N°3	99

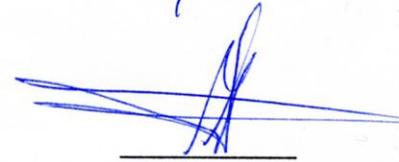
**ACTA DE PRESENTACIÓN DE TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**  
**ACTA N° 2-2013**

Sesión del tribunal examinador celebrada el día jueves 31 de enero de 2013, con el objeto de recibir el informe oral de la estudiante **Lauren Ureña Sandoval**, cédula número **6-325-911**, quien se acoge al Reglamento del Sistema de Estudios de Posgrado, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación para optar al grado de Máster en Administración de Medios de Comunicación con énfasis en Tecnologías de la Información y Comunicación. Están presentes los siguientes miembros del tribunal:

Coordinadora del Programa  
(Quien preside)                      Mag. Margoth Mena Young



Representante  
Director  
Sistema de Estudios de Posgrado      Mag. Mario Morúa Saborío



Representante  
Director  
Escuela de Ciencia de la  
Administración                      Mag. Mauricio Largaespada Umaña



Director de TFG                      M.Sc. Otto Chinchilla Soto



Lector de TFG                      Dr. Humberto Aguilar Arroyo



Lectora de TFG                      Dra. Vilma Peña Vargas

#### ARTICULO 1

La Presidenta del tribunal informa que el expediente de la postulante contiene todos los documentos de rigor y además declara que cumple con todos los requisitos del plan de estudios correspondiente, se solicita que procedan a realizar la exposición.

#### ARTÍCULO 2

La postulante hace la exposición de su trabajo titulado:

**"Periodismo comunitario en Costa Rica: la información en manos de la ciudadanía"**

#### ARTÍCULO 3

Terminada la disertación, los miembros del tribunal examinador interrogaron a la postulante durante el tiempo reglamentario, una vez concluido el interrogatorio, el tribunal se retiró a deliberar.

#### ARTÍCULO 4

El tribunal le confiere al trabajo la calificación de:

Aprobado  Desaprobado  Aprobado con distinción

Recomienda además: Visibilizar la sostenibilidad de los proyectos en las recomendaciones

#### ARTÍCULO 5

La Presidenta del tribunal comunica a las postulantes el resultado de la deliberación. La declara acreedora del grado de Máster en Administración de Medios de Comunicación con énfasis en Tecnologías de la Información y Comunicación. Se indica realizar los trámites para presentarse al acto público de juramentación, al que será oportunamente convocadas. Se da lectura del acta que firman los miembros del tribunal y la postulante a las 7.45pm horas.

#### **Firma de la estudiante:**

Lauren Ureña Sandoval



Cédula:

6-325-911

## RESUMEN

El periodismo comunitario es una forma de expresión popular al alcance de todos los seres humanos. Su práctica consiste en que ciudadanos de cualquier oficio o profesión se organicen para dar a conocer los temas que los afectan.

Sin formación académica especializada, en la mayoría de los casos sin recursos económicos para llevar a cabo la gestión, sin remuneración económica personal, con instrucción limitada, con disponibilidad de tiempos parciales para dedicarse a esta labor; no obstante, con una gran mística, un gran amor por sus comunidades, un deseo de lograr la equidad de la sociedad y como instrumento de salida a las deficiencias de los grandes medios de comunicación en cuanto al abordaje de los temas locales.

El periodismo comunitario tiene su surgimiento formal en Costa Rica, aproximadamente, en la década de los setenta y, a la fecha, subsisten algunos grupos.

Este tipo de comunicación se desarrolla de manera horizontal, con lenguaje sencillo, con espíritu colectivo, mediante decisiones colegiadas, con autonomía de criterio y de decisión entre las partes.

Por lo general, las comunidades se organizan al amparo de instituciones sin fines de lucro que buscan fortalecer este tipo de acciones; no obstante, el peso del proceso recae sobre las comunidades que deben superar una serie de pruebas de diversa índole para que el proyecto subsista. El común denominador de las iniciativas es el espíritu de servicio y el amor a su comunidad o una causa específica.

El universo del periodismo comunitario es diverso; La Voz de La Carpio, Voz de mujer, Pan de Vida, son solo algunos ejemplos de esta práctica; disímiles entre sí en su temática, pero iguales en su filosofía y propósito social. Conocer sus retos, vicisitudes, aciertos, evolución permite analizarlos con miras a fortalecerlos y tal vez replicar su experiencia en otras latitudes del país.

La presente investigación muestra tres estudios de casos de periodismo comunitario en Costa Rica y la opinión de expertos. Se realizó mediante entrevistas personales, tanto a expertos como a ciudadanos que ejercen esta práctica. Los principales hallazgos muestran que este tipo de comunicación se encuentra muy afianzada en algunos casos; no obstante en otros casos aunque de larga data muestra ciertas limitaciones; en términos generales, el periodismo comunitario en Costa Rica se realiza siguiendo los mismos parámetros en todos los casos y en busca de iguales objetivos.

## **ABSTRACT**

Community journalism is a popular form of expression available to all humans. It is practiced by citizens of any profession who is organized to raise awareness of the issues that affect them. Without specialized academic training, in most cases without financial resources to carry out the management, economic unpaid staff with limited education, with split times available to devote to this work, however with a great mystic, a great love for their communities, with a desire to achieve equality in society and as a solution to the shortcomings of the mainstream media in terms of addressing local issues. Community journalism has its formal emergence Costa Rica, about the end of the decade of the 70's, when some groups are beginning to emerge to date remain.

This type of communication takes place horizontally, with Custom Language simple, with a collective spirit, under group decisions, with autonomy of judgment and decision-making between the parties. In general, communities are organized under a non-profit institutions that seek to strengthen these actions, however, the weight of the process lies with the communities that they must overcome a series of tests of various kinds for the project to subsist. The common denominator of the initiatives is the spirit of service and love for their community or a specific cause. The world of community journalism is varied La Voz de La Carpio, Voz de mujer y Pan de vida, are just some examples of this practice dissimilar in theme, but equal in its philosophy and social purpose. Knowing your challenges, hardships, successes, evolution, allows to analyze in order to strengthen and replicate its experience in other parts of the country.

# **CAPÍTULO I**

# **CAPÍTULO 1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

La idea de una ciudadanía bien informada de su realidad, empoderada de su valor con el fin de tomar parte activa de su entorno es posible y necesaria; el periodismo comunitario puede ser una vía para lograrlo. La presente investigación trata de demostrar tal hecho.

## **1.1 Planteamiento de la investigación**

El ser humano es un comunicador nato, Fernández (2001, p.16) define la comunicación como el proceso interpretativo a través del cual los individuos en sus relaciones, grupos u organizaciones y sociedades responden y crean mensajes que les permiten adaptarse a su entorno y a las personas que los rodean.

Gracias a dicha cualidad las sociedades han construido su entorno social, cultural, político y económico. Esa facultad comunicativa se manifiesta bidireccionalmente, tanta es la necesidad del ser humano de comunicar como de recibir información.

En este sentido, ha resuelto sus necesidades de comunicación mediante la instauración de medios de comunicación masiva. Estas instituciones son las encargadas, entre otras acciones, de dar a conocer al colectivo lo que sucede cotidianamente en el mundo y lo hacen mediante el ejercicio del periodismo.

La ciencia social del periodismo se basa en la actualidad y cómo esta se selecciona, se organiza, se procesa y se da a conocer en forma de noticias a las personas de la comunidad que las accesan por diversos medios: prensa escrita, radio, televisión y medios electrónicos.

En un sentido pragmático, en cuanto a su definición, se diría que el periodismo produce las noticias que construyen una parte de la realidad social, y que posibilitan a los individuos el conocimiento del mundo al que no pueden acceder de manera directa (Martini, 2000, p.15).

Si bien, los entes de comunicación cumplen un rol fundamental en la sociedad, es cierto que los intereses a los cuales responden no necesariamente satisfacen las necesidades de información de toda la ciudadanía; porque, sobre todo los medios de circulación nacional, no abordan los temas de índole comunal, aquellos más cercanos al individuo, debido a que deben atender principalmente los del ámbito nacional.

Los grandes medios de comunicación funcionan como filtros de la información producida por la sociedad; difunden solo aquello que les interesa, o que creen le interesa al colectivo, aunque no siempre ambos intereses convergen.

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

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.

En su máxima expresión, el periodismo comunitario está administrado por personas no periodistas. Consiste en que la ciudadanía, con la debida instrucción, se encargue de llevar a cabo el proceso de recopilación, articulación, procesamiento y difusión de la información de los sucesos ocurridos en su cotidianidad.

El abordaje y difusión de lo local, realizado desde lo local democratizan el acceso a la información y solventa la inacción de los medios de los grandes medios de comunicación y si este ejercicio lo realiza la ciudadanía; es decir, personas sin título académico en periodismo, dicho acceso se allana aún más.

Esta forma de hacer periodismo genera, intrínsecamente una red de iguales, en la que de manera horizontal todas las personas tienen acceso a la información, a conocerla y a darla a conocer a los demás.

López y Otero (2005, p.150) se refieren así de la red:

La concepción de la red como una estructura descentralizada y no jerárquica ha posibilitado el acceso de actores sociales residuales que generan información y aprovechan las ventajas de un medio interactivo versátil para la difusión de sus actividades e informaciones. Esta apropiación inteligente ha permitido que entidades sin canales de comunicación propios pudieran convertirse en proveedores de información permanente y que sus mensajes lleguen a un público muy amplio, disperso y diverso.

Como lo explica López y Otero, el periodismo comunitario, participativo, ciudadano o público, como también se le conoce, busca la vinculación de la ciudadanía al proceso noticioso con el fin de que el individuo común logre

empoderarse y transformarse en un ser autónomo y crítico, todo en un contexto en que estos están ayunos de medios externos.

Aunado a lo anterior, los derechos fundamentales del ser humano, establecidos en la constituyente francesa, establecen las facultades de este a expresarse libremente sin que sea víctima de persecución. En gran medida los medios de comunicación se erigieron en respuesta de este enunciado y por la necesidad innata del ser humano de comunicarse; sin embargo, esas entidades han desvirtuado dicho principio pues su razón de ser no es únicamente democratizar el acceso a la información, sino también constituir empresas lucrativas rentables por lo que no se garantiza que respondan a las necesidades informativas del ciudadano.

La Unión Europea en el Libro Blanco de política de comunicación (2006), propone un planteamiento para que esta se oriente al servicio de los ciudadanos como derecho propio.

Bien podría encajar el periodismo comunitario en esta perspectiva europea de dotar al ciudadano de herramientas para que haga suya la comunicación y le otorgue más espacios de expresión. A la postre, tales espacios constituyen la materialización del derecho establecido en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que [...] “proclama el derecho a la libertad de opinión y de expresión como manifestación de la dignidad y el valor de la persona humana” (Pradilla, 1998. p.319).

## **1.2 Planteamiento del problema**

Todos los medios de comunicación tienen una línea editorial preconcebida, desde la cual deben desarrollar su actividad periodística; por tanto, a lo interno

se decide la agenda mediática y no externamente con la participación ciudadanía desde sus experiencias y necesidades.

Lo que sí hacen algunos medios de comunicación es dotar al público de espacios para que emitan su opinión o realicen denuncias; sin embargo, la participación ciudadana sin censura previa o sin filtros no existe, porque en dichos espacios predeterminados siempre hay un “moderador”, representado este en la figura del director del medio o el editor, quien decide cuál contenido se publica y cuál no, esto se resume en que aunque los medios quieran dar libertad de prensa a los ciudadanos, la línea editorial prima por encima de cualquier otro interés pues esta es la que determina la posición del medio, la que lo distingue de las demás propuestas informativas. Se dice que la línea editorial es el alma de un medio de comunicación y que este debe conducirse de acuerdo con lo que estipule su línea, al “salirse” de la línea de pensamiento (la cual la enmarca la línea editorial) el medio de comunicación pierde su identidad. Por tanto, estos escasos espacios no necesariamente son considerados valiosos o privilegiados, en tanto pueden ser objeto de censura previa.

El género denominado comunitario opera distinto a los medios de comunicación masiva. Ya que basa su gestión en la divulgación de la voz popular a través de los medios de comunicación.

Si se habla de periodismo comunitario realizado por personas comunes, significa que se convierte a un ciudadano de cualquier profesión u oficio, que así lo desee y que reciba instrucción, en vocero de sus propias inquietudes, demandas, necesidades y pretensiones para el bien de la comunidad y nunca para la obtención de beneficio individual, particularmente económico.

Pena de Olivera (2009, p.196) considera que “es una de las formas más factibles de democratizar el acceso a la información [...] El periodismo comunitario atiende a las demandas de la ciudadanía y sirve como instrumento de movilización social”.

En este tipo de periodismo la línea editorial no la fija un director, ni la agenda mediática se establece a la luz de los intereses del medio, sino que los ciudadanos, en calidad de periodistas comunitarios, escogen las noticias y las dan a conocer al resto de la comunidad; dicho de otro modo, no tienen que esperar a conocer cuáles son las noticias que sobrevivieron al filtro de los medios y les fueron impuestas.

El periodismo comunitario consiste en darle un espacio a cualquier miembro de determinada comunidad que tenga algo que decir, rompiendo el esquema de los medios masivos creados por corporaciones que controlan la información y valoran la rentabilidad por sobre todas las cosas (Amarante, 2007).

Desde la perspectiva del Libro Blanco de la Unión Europea (2006), la implementación del periodismo comunitario obedecería a “centrarse en las necesidades de los ciudadanos, para ello [...] será necesario facilitar las herramientas y los medios [...] que permitan al mayor número posible de personas acceder a la información y hacerse oír.

Una empresa de tal magnitud requiere de la capacitación de quienes deseen ejercer el periodismo comunitario, pues en este modelo se espera que los ciudadanos puedan realizar trabajo periodístico; desde la selección de las noticias y procesamiento de la información hasta la divulgación de los diferentes acontecimientos que se suscitan en la comunidad donde habitan.

Temas como el rigor en la verificación de las fuentes, la objetividad, la veracidad, la selección de información, la redacción, el lenguaje, la presentación de la noticia, solo por citar algunos, representan retos cruciales en el periodismo comunitario.

Planteado lo anterior, el problema de investigación del presente trabajo es:

**¿Cómo funciona el periodismo comunitario desarrollado por personas no tituladas en periodismo? ¿A qué objetivos responde?, y ¿Cuáles son sus principales fortalezas y debilidades?**

Una vez resueltas estas interrogantes se determinará el estado del periodismo comunitario que ejercen los ciudadanos no titulados en comunicación; se descubrirá en qué forma lo ejecutan y su estructura interna. Se determinarán también los objetivos a los cuales responde; es decir, para qué fueron creados, así como sus principales fortalezas de gestión y retos por superar.

La investigación también servirá para conocer los antecedentes de este género periodístico; así como sus inicios en Costa Rica.

Aunado a lo anterior, se ofrecerán recomendaciones para fortalecer aciertos y potenciar oportunidades de mejora en la dinámica del modelo nacional.

La intención final que persigue esta investigación es retratar dicha práctica para que los ejecutores presentes y futuros cuenten con información teórica y vivencial referente a este tipo de comunicación, con miras a fortalecerla y por qué no, sirva de base para replicarla cuanto sea posible.

Cabe destacar que la información emanada de este estudio se espera que sirva de base para realizar investigaciones posteriores más profundas y que abarque otras áreas.

Para lograrlo se tomará en cuenta el criterio de expertos nacionales y, por supuesto, la opinión de los protagonistas.

### **1.3 Justificación de la investigación**

Si se propicia el mejoramiento y crecimiento del periodismo comunitario administrado por personas no periodistas, para que sirva como una vía de expresión social y cultural; se fortalecerá y empoderará a la ciudadanía y por ende, la democracia. Para tal efecto, se requiere de un periodismo comunitario bien organizado, con metas sociales bien definidas y claras, que responda a las necesidades primarias de comunicación de los individuos.

El mundo está frente a una nueva oportunidad para que la proximidad ordene su espacio comunicativo, diseñe políticas de comunicación que defiendan los intereses locales en un mundo globalizado y establezca estrategias para estar en el mundo con voz propia (López y Otero, 2007, p.12).

#### **1.3.1 Comunicación comunitaria: participación y articulación**

En el marco de este contexto de cambio y posibilidades Costa Rica experimentará la transformación de la televisión en el 2017, ese año se producirá el apagón analógico que traerá consigo el inicio de la televisión digital, tal hecho implica que los 74 canales de televisión del país (algunos

regionales y subregionales) estarán obligados a explotar las seis frecuencias que se les otorgará en concesión.

La posibilidad de creación de nuevo contenido se refleja en la transición a la televisión digital, pues esta genera nueva programación y por ende nuevo contenido 24 horas al día, siete días a la semana (Vega, 2011).

Eso irremediablemente generará la necesidad de producir más contenidos. Es temprano para asegurar que el periodismo comunitario administrado por ciudadanos comunes, encuentre su espacio allí; sin embargo, es una posibilidad que no debe descartarse a priori. Sea mediante la vía hasta ahora empleada, por medio de las oportunidades que ofrecerá la digitalización de la televisión nacional o a través de nuevas vías, el periodismo comunitario debería crecer y fortalecerse para vitalizar con ello la voz del ciudadano.

Desde luego, para lograr el óptimo desarrollo del periodismo comunitario realizado por periodistas no titulados, se requiere de la participación y articulación de los individuos, la cual debe girar en torno a una identidad común para alcanzar ese estado necesario de comunidad con iguales intereses y desafíos.

En este sentido, merece la pena determinar la forma en que puede otorgársele un valor diferente a la información, otro uso y distinto significado para que las regiones alcancen conciencia de la realidad que los caracterizan, por ende alcancen el empoderamiento de sus territorios siendo ellos los responsables de modificar su entorno.

Aunado a lo anterior, explorar acerca de otras formas de periodismo y lograr fortalecerlo, propicia la desconcentración del poder de los grandes medios de

comunicación que administran la información y disponen de la agenda mediática sin que los ciudadanos puedan intervenir en ella.

Una vez resueltos los planteamientos antes expuestos; se conocerá el estado de este ejercicio ciudadano y bien podría lograrse la instrucción a la ciudadanía, mediante procesos de educación no formal, para que mejoren la práctica del periodismo comunitario y así resuelvan cabalmente sus necesidades de información.

Si el ciudadano común sabe cómo generar la información que consume, él y sus vecinos estarán frente a otra alternativa de acceso a la información opuesta a la mecánica, el nuevo periodismo -salvo algunas excepciones- está representado por grandes empresas monopólicas. La realidad es esta y no la aventura apasionada de un grupo que quiere exponer sus ideas. (Piscitelli, citado por Entel, 1997, p.262)

Se trata de acercar al ciudadano a la posibilidad de acceder a la información sin restricciones, de ser protagonista en su construcción y difusión.

En relación con este tema, no se encontraron registros de investigaciones previas, por lo que resulta particularmente necesario generar estudios para iniciar una especie de sistematización de dicha práctica en Costa Rica.

#### **1.4 Objetivo general y objetivos específicos**

Para resolver el problema anterior, se establecen tanto el objetivo general como los objetivos específicos de esta investigación. Se espera que una vez

resueltos, la información generada sirva de insumo a los periodistas comunitarios para coadyuvar a mejorar su práctica.

#### **1.4.1 Objetivo general**

Analizar el periodismo comunitario en Costa Rica, realizado por ciudadanía no titulada en periodismo para entender su estructura, procesos, objetivos y aportes con el fin de generar información para que los periodistas comunitarios puedan potenciar aciertos y fortalecer debilidades.

#### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Describir el periodismo comunitario en el contexto costarricense.
- Determinar cómo lo llevan a cabo los ciudadanos no titulados en periodismo.
- Analizar las características y propósito que posee esta práctica.
- Investigar cuáles son las principales fortalezas y limitaciones que los ciudadanos enfrentan al realizar periodismo comunitario.
- Brindar recomendaciones para mejorar, fortalecer e impulsar el periodismo comunitario ejercido por ciudadanos comunes.

#### **1.5 Delimitación del problema**

Esta investigación corresponde al trabajo final de graduación de la Maestría en Administración de Medios de Comunicación de la Universidad Estatal a Distancia; por tanto, los alcances y limitaciones son los que se muestran a continuación:

### **1.5.1 Alcances**

Mediante el estudio de tres casos, la investigación explorará acerca del panorama general de la práctica del periodismo comunitario que se ha realizado en Costa Rica, a partir de los años 70, tanto en regiones como en el área central del país.

Del universo total de casos, se seleccionaron tres; dos del área rural y uno del área central del país. Los dos del área rural tienen como medio de salida la radio, y el tercero es el medio escrito, específicamente periódico.

Dos de los casos seleccionados corresponden a experiencias consolidadas, de más de 20 años de existencia; mientras que el otro es un proyecto de corta data y con importantes bemoles por superar.

Cabe destacar, además, que el Índice de Desarrollo Humano (IDH) donde se desarrollan dichos proyectos es disímil.

La diversidad de características, tanto internas como externas a los proyectos, permitirá tener un panorama más amplio de las diferentes manifestaciones presentes en esta práctica. De ahí la selección de los casos aquí presentados.

Una vez explorados estos casos, se brindará una serie de recomendaciones para mejorar, fortalecer e impulsar el periodismo comunitario ejercido por ciudadanos comunes.

### **1.5.2 Limitaciones**

En el marco de esta investigación, resulta imposible indagar en todos los medios regionales o todos los proyectos de periodismo comunitario del país, por lo que se escogieron diversos casos representativos.

No se recopilará cronológicamente la evolución del ejercicio del periodismo comunitario en Costa Rica, sino que se brindará un panorama general de la situación porque no se pretende ofrecer una visión histórica del asunto sino más bien contextualizar sobre la situación.

No interesa abordar el estudio de proyectos de periodismo comunitario con fines lucrativos, lo anterior porque la intención de la investigación es fortalecer las prácticas cuyos fines sean la participación activa del ciudadano. Aunado a que no existen fuentes que ofrezcan dicha información.

Además, esta investigación tampoco pretende analizar el discurso de los casos seleccionados.

# **CAPÍTULO II**

## **CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL**

### **2.1 El universo del periodismo comunitario**

El periodismo comunitario forma parte de un universo amplio. Este concepto confluye con una serie de elementos relacionados entre sí. Una visión amplia de estos permite esclarecer su significado y rol en la sociedad.

La génesis de este viaje inicia con la comunicación, que brinda el marco general del periodismo comunitario; de esta se deriva la noticia como elemento fundamental y a su vez, como materia prima del periodismo, concepto al cual están ligados dos estructuras: el medio de comunicación en el cual se desarrolla y su línea editorial.

Posteriormente, se aborda el concepto de libertad de prensa, por estar relacionada con la posibilidad que tiene el ciudadano de expresarse libremente; por tanto, se desarrolla también el significado de ciudadano para luego dar paso al de participación ciudadana que también interesa entender para explicar finalmente el de periodismo comunitario.

El primero de ellos es el concepto de comunicación. Desde la perspectiva de la antropología, la comunicación es un elemento vital porque hace posible la existencia de las sociedades, pues mediante esta se produce el intercambio científico, económico y cultural entre las naciones.

Se establece entonces que la comunicación es parte fundamental del desarrollo de la vida. Aunado a eso, constituye una habilidad inherente del ser humano, por

tanto, está presente desde su nacimiento y primer contacto con el mundo exterior.

El acto de comunicarse ha constituido una acción imprescindible para el desarrollo de las actividades humanas. De no existir la comunicación no se podrían transmitir conocimientos, ideas y pensamientos. No habría desarrollo, ni transferencia de este a otras sociedades y grupos.

Uno de los cinco axiomas de la comunicación de la Escuela de Palo Alto, establece que es imposible no comunicarse. Ciertamente es, que desde que el ser humano nace inicia su proceso de comunicación, paralelo e intrínseco a su evolución (Rodríguez, 1999, p.46).

Difícilmente podemos dejar de comunicarnos, seamos o no conscientes del propósito que nos llevó a ello. Desde la infancia hemos aprendido y practicado las técnicas verbales y no verbales para poder lograr afectar o manipular el entorno que nos rodea (Berlo. 2002, p.11).

Sin embargo, la comunicación, cumple muchas funciones, no puede limitarse a un acto meramente persuasivo; también desempeña acciones de control, información, motivación y disuasión, entre otros.

Aunado a lo anterior, la comunicación debe cumplir otras funciones; por ejemplo, debe servir para fortalecer la democracia de los países. Tal hecho será posible en el tanto los ciudadanos tengan amplio acceso a ella.

La comunicación es un fenómeno social en constante dinamismo y alteración porque está sujeta a los cambios de pensamiento del ser humano, a las modificaciones del lenguaje a través del tiempo y a los efectos que la misma dinámica del proceso va provocando en los individuos o grupos que interactúan. (Fonseca. 2005 p.6).

De este modo podría describirse el valor de la comunicación. Ahora se requiere conceptualizarla. Una definición básica de este término indicaría que es aquel proceso en el que un emisor envía un mensaje, por medio de un canal, a un receptor; el cual debe compartir los mismos signos lingüísticos y las mismas reglas semióticas.

En el esquema tradicional, la comunicación se concibe como un proceso lineal y unidireccional, donde el emisor desempeña el papel activo, mientras que el receptor se limita a absorber la información que se le envía, sin posibilidad de incidir en el proceso.

No obstante; si se quiere evolucionar a un concepto desde la perspectiva de la comunicación alternativa, se definiría como aquel intercambio en el que el receptor no es un sujeto pasivo; sino que en ocasiones intercambia su rol de destinatario y desempeña también un papel activo en el proceso de trasiego de información.

En este esquema de comunicación, lo más importante no es el medio hegemónico que se ubica tradicionalmente a un lado del proceso, controlador de la información; sino la interacción que se produce al romper con el proceso lineal y unidireccional tradicional.

En palabras de Simpson, citado por Loreti, Mastrini, Baranchuk, (2007, p.159), la comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa en el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación.

Simpson introduce el tema de la democracia en el proceso de comunicación al que se hacía referencia anteriormente. El autor establece un factor fundamental en la comunicación, la interacción social democrática, considerando esta condición imprescindible en el proceso.

Esta conceptualización se despoja del esquema tradicionalista de comunicación para dar paso a un nuevo paradigma, uno más social e inclusivo, en el que todos los actores tienen igual posibilidad de participación, al mismo tiempo que libertad de asumir ambos roles del proceso.

Sea en las condiciones en que se produzca, a la postre, la comunicación es un mecanismo de codificación y decodificación de mensajes que realizan los individuos en sus relaciones cotidianas. Estos mensajes les permiten concebir una idea de la realidad y por ende, adaptarse a su entorno y a sus semejantes. Así pues, cada individuo construye su realidad y la de su entorno según la información que reciba y conozca.

En relación con este concepto, Aragonés (2000, p.21), distingue tres clases de comunicación; a saber: interpersonal, mediatizada y colectiva. Con base en lo anterior se infiere que la comunicación tiene diversas formas, niveles de participación, complejidad y penetración; es decir, nunca se da en iguales condiciones y los resultados o efectos de esta varían siempre.

Para efectos de esta investigación, interesa hacer referencia, particularmente, a la comunicación colectiva de las noticias. Estas son, en gran medida, el espejo de la sociedad pues de todos los productos de comunicación que existen las noticias reconstruyen la realidad social de los pueblos.

Es evidente la imposibilidad de articular una formulación teórica que, en pocas palabras, exprese con toda su profundidad lo que es noticia, en cambio sí hay un consenso, más o menos generalizado, a la hora de establecer sus características fundamentales y sobre el grado de determinación que tiene su proceso de producción. La noticia es, por tanto, un concepto de extraordinaria complejidad (Vásquez. 2006, p.76).

Ante este panorama planteado por Vásquez, una salida para definir el concepto es hacer referencia a los valores que se han establecido como determinantes para que un hecho encaje en los parámetros de la noticiabilidad; es decir, aquellos que definen qué es noticia y qué no.

Para Wolf citado por Guevara (2009, p.269) La noticiabilidad está constituida por el conjunto de requisitos que se exige a los acontecimientos, desde el punto de vista de la estructura del trabajo de los aparatos informativos y desde el punto de vista de la profesionalidad de los periodistas para adquirir la existencia pública de las noticias.

En este sentido, es lógico afirmar que en la sociedad se producen una serie de acontecimientos susceptibles de ser publicados; sin embargo, solo un porcentaje de ellos se convierten en noticia, debido en parte a los valores establecidos y en parte a que es humana y materialmente imposible difundir todos los hechos que se suscitan en el mundo.

Mauro Wolf (2010, párr. 6) enlista los criterios sustantivos para determinar aquello que puede ser de interés para la audiencia; por ejemplo: veracidad, objetividad, brevedad, actualidad, novedad, interés humano, proximidad, prominencia y oportunidad; entre otras.

Por su parte, Ruiz, citado por Vásquez (2006, p.77), ofrece un decálogo que reúne los elementos característicos de la noticia: el acontecimiento, el conocimiento, el relato, la actualidad, la novedad, la proximidad, la universalidad, el interés público y la periodicidad.

Para McQuail, citado por Vásquez (2006, p.77), la noticia responde a los siguientes requisitos: es oportuna, perecedera, trata de acontecimientos inesperados o no habituales, aunque también son previsibles; produce interés para el público; pretende orientar y llamar la atención.

Los tres autores delinear, cada uno desde su perspectiva, pero con una gran similitud, los valores noticia y, al hacerlo, exponen un panorama interesante pues queda de manifiesto que los hechos considerados noticia superan un filtro de valores aplicado irrestrictamente con subjetividad. Este carácter subjetivo acompaña a la noticia desde la aplicación de dicho filtro, hasta su elaboración.

Se afirma lo anterior, porque a la postre la noticia es un discurso elaborado por un emisor que tiene como objetivo comunicar algo al público y de manera consciente o inconsciente logra influenciar. Durante la construcción el emisor no puede despojarse de la subjetividad.

La noticia se construye a partir de lo que se ha denominado las seis uves dobles (W). Son las preguntas básicas que responden los principales elementos del hecho suscitado. Es decir, *Who* (Quién), *What* (Qué), *Where* (Dónde) *When*

(Cuándo), *Why* (Por qué) y *How* (Cómo). Como se puede comprobar, cinco de estas preguntas comienzan por W en inglés, mientras que la sexta (cómo), la contiene. Si la noticia responde a todas estas preguntas, acabamos con la incertidumbre de la audiencia a la que ofrecemos los datos más relevantes (Sabés y Verón, 2009, p.55).

El emisor escogerá el orden en que da respuesta a cada una de las W, basado exclusivamente en criterios subjetivos pues depende de lo que considere más importante, desde su perspectiva y experiencia tomará la determinación de redactar una noticia de un modo u otro. Así pues mostrará la realidad desde su ángulo.

Emy Armarañaz, profesora del departamento de periodismo de la Universidad del País Vasco, considera que "la noticia es la transmisión de un hecho novedoso a un público a través de un medio de comunicación masivo". Tomado de *icesociales.edu.ar/alumnos/.../FICHA-DE-CTEDRA-Gatekeepers.doc*.

Armarañaz advierte: "La noticia como realidad construida... no es espejo de la sociedad. Ayuda a constituir la como fenómeno social compartido, puesto que en el proceso de describir un suceso la noticia define y da forma a ese suceso". Tomado de *icesociales.edu.ar/alumnos/.../FICHA-DE-CTEDRA-Gatekeepers.doc*.

Acerca de este mismo tema, (Lippmann, 1997:216) citado por (Vásquez, 2009, p.75) señala que la noticia es una narración lingüística que requiere de un acontecimiento que sea reseñable [...] la noticia no es un espejo de las condiciones sociales, sino la constatación de un aspecto que ha alcanzado notoriedad.

La noticia es algo que rompe la inercia de lo existente y que se puede designar con claridad que tiene algún interés, para el lector primero, para el diario y para los protagonistas (Wainfeld citado por Martini, 2004, p.110).

Estos autores la definen como el relato de un acontecimiento con la particularidad de lo extraordinario, coinciden en algo cierto, que es aquello que consigue llamar la atención entre lo cotidiano de una sociedad y lo coloca en los medios de comunicación.

Desde la óptica de quienes la construyen, debe entenderse que la noticia es la que da vida al periodismo, es el género periodístico por excelencia. Pero, ¿qué se entiende por periodismo?

En torno al tema del periodismo se ha debatido bastante, incluso desde su propio fundamento y teoría. Al principio se consideraba solo un oficio que cualquier ciudadano podía ejercer sin licencia y sin requerir formación profesional hasta que las universidades empezaron a impartirlo como carrera y se produjo su profesionalización.

La ciencia social del periodismo se basa en la actualidad y cómo esta se selecciona, se organiza, se procesa y se da a conocer en forma de noticias a las personas de la comunidad que las accesan por diversos medios: prensa escrita, radio, televisión y medios digitales.

De manera tal, que esta disciplina se encarga de retratar lo que sucede en la sociedad; sin embargo, debe tenerse en cuenta que el periodismo no logra mostrar todo lo que en ella sucede.

En un sentido pragmático, se diría que el periodismo produce las noticias que construyen una parte de la realidad social, y que posibilitan a los individuos el conocimiento del mundo al que no pueden acceder de manera directa (Martini 2000 p.15).

Es decir, el periodismo es la herramienta que usan quienes lo ejercen para acercar, una parte de los hechos que se producen en la sociedad al resto de los individuos que, de otra manera no tendrían acceso a conocer estos sucesos; con esto se convierte en la disciplina que defiende los intereses del colectivo. Ahí estriba la importancia que revierte el ejercicio periodístico para los seres humanos.

Lo que diferencia al periodismo [...] es la seriedad con que se respeta la raya de la defensa de los intereses de los ciudadanos frente a todos los demás intereses; de los intereses de los ciudadanos entendidos como personas individuales y como colectivo social, frente a los grupos de presión, a los intereses económicos, al mundo de los políticos, frente a los mismos intereses de los medios de comunicación (Franco, citado por López, Fernández y Durán, p.42, 2002).

Desde esta perspectiva, el periodismo debe llevarse a cabo con un sentido estricto de servicio. Tiene que desarrollarse como una herramienta para construir sociedades más igualitarias, gobiernos más transparentes y pueblos más cultos. En este sentido, entonces, el periodismo tiene una caracterización particular enmarcada en el cumplimiento de algunos roles sociales.

Valenzuela, Terrazas y Ríos (2003, p.19), profundizan acerca de los roles sociales del periodismo y su consecuente caracterización. El periodismo debería

cumplir al menos con tres funciones básicas [...] ya que de hacerlo contribuirá positivamente a la sociedad. La función informativa. [...] la educación [...] y el entretenimiento.

Aunque el periodismo debe atender estos roles sociales y así representar los intereses del colectivo, tiene dos estructuras por encima de dicho cometido, los medios de comunicación y su línea editorial, los cuales, irremediablemente, condicionan su ejercicio.

Se dijo que la comunicación constituye un ejercicio esencial para el desarrollo de la vida humana. Se señalaron además las diversas formas en que es posible llevar a cabo este proceso, se apuntó que la comunicación mediatizada era una de ellas. En este sentido, un medio de comunicación se define como el canal mediante el cual se transmiten mensajes que alcanzan a una gran cantidad de personas. Un medio de comunicación es un órgano destinado a la información pública, señala el diccionario de la Real Academia Española (2006).

Aldanante y Lecaros (1989, p.157), determinan que los medios de comunicación masiva son aquellos que envían simultáneamente el mensaje a muchos individuos [...] los que transmiten el mensaje, sin contacto personal del emisor con el receptor.

De modo tal, que los medios de comunicación se caracterizan porque la distancia entre el emisor y el receptor es indiferente ya que la audiencia no tiene relación personal entre sí y porque la respuesta o retorno de esta audiencia es diferida y está en función del mercado (Aragón, 2000, p.21).

Rodrigo (2001, p.18), explica que los medios de comunicación son los intermediarios entre la complejidad social actual y la percepción que tenemos de nuestro entorno.

En este sentido, los medios de comunicación masiva deben entenderse como el vehículo que permite hacer llegar un mensaje a un receptor determinado y el mensaje que este transmita es el responsable de persuadir a la audiencia. Son instrumentos sociales de información, control y cultura.

Su actividad principal consiste en la producción y distribución de mensajes que posean un contenido significativo para grupos determinados de personas. No obstante, cuando se hace referencia a las actividades de los medios de comunicación masiva debe realizarse en un sentido más amplio, abarcando además, las funciones que estos cumplen en el entorno en el cual se desarrollan.

Benito (1982, p.41), señala que, la gran función de los medios de comunicación social, es la de mantener vivo y profundizar continuamente, sobre todo, el conocimiento y la vigencia de aquellas verdades, que, por diferentes fundamentos de evidencia, se han convertido en certezas sobre las que se sustenta la convivencia plural en la libertad de la sociedad de que se trate.

Mendelsohn (1966), citado por McQuail (2000, p.136) menciona que las tareas primordiales de los medios de comunicación masiva en la sociedad son: información, correlación, continuidad, entretenimiento y movilización.

Los *mass media*, como también se les conoce, son instrumentos con la capacidad de formar opinión; no obstante, a menudo se afirma que son más bien manipuladores de la opinión pública, ya que, estos adoptan una visión distanciada e indiferenciada del público al cual se dirigen y aun así pueden influir en ellos.

McQuail (2000, p.123) sustenta este argumento al afirmar que el potencial de los medios de comunicación de masas se basa en llamar la atención del público, persuadir en asuntos de opinión y creencias, influir en el comportamiento, conferir prestigio y legitimidad e informar rápida y extensivamente.

En relación con los medios de comunicación masiva se plantean algunas interrogantes cuyas respuestas dan una visión más amplia de la función que estos cumplen en la sociedad. ¿Quién los controla y en interés de quién? ¿Qué visión del mundo ofrecen? ¿Promueven más o menos igualdad social?

Aunque resolver estas interrogantes de manera objetiva no resulta una labor sencilla, debido, en gran medida, a que es imposible generalizar el contexto en que se desarrolla cada medio de comunicación, McQuail, de cierto modo, da respuesta a estas incógnitas al asegurar que existen dos modelos opuestos: uno de media dominantes y otro de media pluralista. Considera en el primer modelo que los medios masivos de comunicación se encuentran subordinados a terceras instituciones, las cuales a su vez están interrelacionadas mutuamente.

Continúa diciendo que las organizaciones mediáticas pertenecen o están controladas por un pequeño grupo de poderosos intereses. Difunden una visión del mundo limitada e indiferenciada de acuerdo con las perspectivas de los intereses dominantes. Se obliga o se condiciona a las audiencias para que acepten, con escasa respuesta crítica, la visión del mundo ofrecida (McQuail, 2000, p.123).

En contraparte, apunta, se encuentra el modelo pluralista opuesto al anterior en prácticamente todos los aspectos, ya que concede gran diversidad e imprevisibilidad. [...] En este, no existe una élite unificada, y es posible tanto el cambio como el control democrático, plantea que ciertas audiencias inician la demanda y son capaces de resistirse a la persuasión y de reaccionar a lo que los medios de comunicación masiva ofrecen. (McQuail, 2000, p.123).

A pesar de la diferenciación que hace el autor, tal condición no siempre se materializa; es decir, ese empoderamiento de la audiencia por lo general, se limita a pequeños espacios abiertos para la participación ciudadana, pero controlados por los mismos medios. Por tanto, la estructura hegemónica de los *mass media* predomina.

Como se apuntó anteriormente, los medios de comunicación se desarrollan siguiendo ciertos parámetros o lineamientos. Tienen que ver con la política o pensamiento de estos y funcionan como marco para desarrollar el material informativo que difunden. Eso es lo que se conoce como línea editorial de un medio de comunicación.

Al hacer referencia a la línea editorial se destaca la relación que existe entre los contenidos que un medio difunde y la ideología que este profesa; es decir, que todo medio de comunicación se aboca a dar a conocer información desde una posición o perspectiva determinada.

Con la línea editorial los medios dibujan y expresan su política, su modo de “pensar”, su perspectiva de la realidad en la que se desenvuelven; esto provoca que el público identifique los principios configuradores que el medio de comunicación tiene.

La línea de pensamiento, como suele llamársele a la línea editorial, encuadra al medio en su accionar como formador de opinión social, lo que significa que sobre la línea de ideas que trace así expondrá al público su contenido informativo.

El Diccionario de publicidad digital define la línea editorial como el encuadre de ideas en el cual un medio de comunicación se desenvuelve. Las pautas que seguirá tratando la información. Dependiendo de eso, el medio de comunicación puede ir destinado a diferentes tipos de públicos. (Tomado de <http://www.publirecta.com/dicc/>).

Otro tema que determina la línea editorial de un medio es el contexto en el que este se desenvuelve. Los medios de comunicación social actúan en un

determinado contexto histórico social y eso determina el enfoque normativo predominante (Díaz, 2002, p.98).

En mercados pequeños, los medios suelen definir de modo amplio su proyecto informativo, porque necesitan una cuota elevada para sobrevivir; si el tamaño es grande, existen mayores posibilidades de diferenciación editorial, porque aumenta el número de competidores (Sánchez, 2008 p.74).

Una propuesta demasiado concreta, siempre haciendo alusión a la línea editorial, corre el riesgo de agrandar mucho a pocos; en sentido opuesto, una línea editorial ambigua puede no contentar del todo a nadie (Sánchez, 2008, p.74).

Ahora bien; ¿quién dicta la línea editorial de los medios de comunicación? Es una pregunta válida. En la sana teoría, son, o al menos deberían ser los editores, los periodistas o el director del medio, con base en la ética periodística que dicta informar a las masas en su beneficio y en defensa de sus intereses; no obstante, en ocasiones, son los políticos, los anunciantes o los empresarios los que se ocupan de marcar la pauta que el medio seguirá, lo que provoca el debilitamiento de la credibilidad, objetividad e imparcialidad de los medios.

Diversas razones pueden provocar la pérdida de vigor editorial: variaciones en las circunstancias del país, que motivaron el lanzamiento del proyecto; cambios en la propiedad; sustitución de la cúpula de la redacción (Sánchez, 2008, p.80).

Lo anterior, se contrapone a la máxima de que la línea editorial de los medios de comunicación debe ser independiente y crítica pues en estas condiciones está más cerca de los intereses del colectivo y, por ende se materializa la misión social del ejercicio del periodismo.

No obstante, aunque los medios de comunicación cumplen una función social imprescindible, también es cierto a menudo esa función social se ve trastocada por factores internos y externos durante su desarrollo; por tanto, merece la pena hacer referencia a otro concepto, el de la libertad de prensa.

La libertad de prensa es un derecho del ser humano, estipulado en las constituciones políticas de casi todos los países y tiene que ver con el derecho que tiene toda persona a expresar libremente sus ideas.

Se dice que la libertad de prensa es posible solo en los países democráticos pues se asocia, particularmente, a la plena libertad de emitir opiniones, incluso en contra del gobierno o la forma de gobierno sin que el individuo sea objeto de censura previa.

Valenzuela, Terrazas y Ríos (2003 p.15), explican el concepto de la siguiente manera: la libertad de prensa se puede ejercer a plenitud en un estado democrático o de derecho, y consiste en no establecer censura previa en las publicaciones y no ser objeto de persecución después de haber hecho una publicación. De ahí que todo ser humano tenga el derecho de exponer ante el pueblo cualquier sentimiento que le agrada, e impedirlo sería destruir la libertad de la prensa.

Acerca de este mismo concepto (Talavera, citado por Valenzuela, Terrazas y Ríos, 2003, p.17), la libertad de prensa no tiene límites si se trata de una búsqueda responsable, no constituye un permiso para apalear o rasgar las vestiduras de alguna persona; es, más bien, un derecho para realizar responsablemente la investigación sobre un hecho noticioso.

Lo que queda por sentado es que el ejercicio pleno de la libertad de prensa debe ser irrestricto para todo ser humano y debe garantizarlo el Estado y los gobiernos a toda la población. También los medios de comunicación deben gozar de la posibilidad de dar a conocer los hechos que se suscitan en la sociedad sin correr el riesgo de que se les censure. Sin embargo; la libertad de prensa, en los medios de comunicación, tiene muchas amenazas más allá de la censura.

Todos sabemos que la libertad de prensa está amenazada por los avisadores, (refiriéndose a los anunciantes); sin embargo, son mucho más las amenazas de la libertad de prensa (Vásquez, 1998, citado por Valenzuela, Terrazas y Ríos, 2003 p.15).

Otros temas a los que hace alusión Vásquez son las fuerzas políticas, tanto externas como internas. Asegura que en esas empresas periodísticas los intereses económicos, las presiones políticas y otros factores, en ocasiones afectan el libre ejercicio de la libertad de prensa.

Cabe aclarar que la libertad de prensa tiene una doble acepción: informar y ser informado en forma veraz, y alcanza a toda la sociedad civil la cual puede utilizar cualquier medio de información (Vásquez, 1998, citado por Valenzuela, Terrazas y Ríos, 2003 p.15)

Lo que advierte el autor es la posibilidad de que los ciudadanos escojan la forma y el medio por el cual quieren informarse de los hechos que los atañen; no obstante, esa libertad se ve menguada en ocasiones pues el acceso a los medios puede verse limitado; o aunque el acceso se produzca exitosamente las noticias de su interés no necesariamente coinciden con la línea editorial del medio de comunicación.

La otra acepción señalada por Vásquez, la de informar, se refiere al derecho del ciudadano a informar a los demás aquello que represente algo de su interés y que considere de interés para el colectivo. Indistintamente del lado donde se sitúe el ciudadano común en relación con el derecho de libertad de prensa (de informar o recibir información), siempre debería ser una posibilidad real ejercer ese derecho; sin embargo, ese ejercicio es pasivo.

Así lo perciben Valenzuela, Terrazas y Ríos (2003, p.17) [...] en el otro extremo en el que aparecen los sujetos de noticias o la sociedad civil, que si bien gozan de la misma libertad que los periodistas no tienen posibilidad de acceso a los medios; por ello su derecho es pasivo: no admite una respuesta o réplica.

No obstante, aunque los alcances de esta no sean ilimitados, la libertad de prensa cumple propósitos vitales para el desarrollo, sustento y preservación de la democracia.

Pierini, 1999, (citado por Valenzuela, Terrazas y Ríos, 2003 p.16), señala que el objetivo principal de la libertad de prensa es informar, opinar y dar noticias de asuntos o materias de interés general relacionados con el estado, la política y la administración.

Ante el panorama aquí expuesto, la disyuntiva surge entonces en relación con el grado de penetración que la libertad de prensa tiene entre los ciudadanos; es decir, cuál es el porcentaje real de ejercicio de este derecho en relación con los ciudadanos comunes pues pareciera que no está al alcance de todos los seres humanos. Pareciera que existe una brecha en relación con el pleno ejercicio de la libertad de prensa entre los periodistas y los ciudadanos comunes.

Se entiende por ciudadano, cada uno de los miembros que conforman una comunidad. Estos organizan las comunidades y se encargan de su desarrollo; y en su ejercicio ciudadano cumplen roles, gozan de derechos y están sujetos a normas que rigen el comportamiento de la sociedad en donde se desenvuelven.

El sitio en Internet [wordreference.com](http://wordreference.com) define al ciudadano como la persona que habita en un Estado como sujeto de derechos civiles y políticos. Esta definición moderna de ciudadano, sin duda, otorga al individuo la posibilidad de intervenir en la vida política de su entorno, independientemente de qué lugar habite, sea campo o ciudad.

Cada individuo como miembro de la sociedad tiene la posibilidad, sobre todo en sociedades democráticas, de desarrollarse y desarrollar el entorno en donde vive, en los diferentes ámbitos de la vida. A este ejercicio se le conoce como ciudadanía.

De modo tal, que lo que le otorga al ser humano su condición de ciudadano es la posibilidad de tomar parte, con derecho a voz y voto de los temas trascendentales de su comunidad, cuando tal condición es posible, se dice que el ciudadano es pleno.

Savater (2007, p.9), lo explica diciendo que el ciudadano es el sujeto de la libertad política y de la responsabilidad que implica su ejercicio. En la ciudadanía, son los ciudadanos quienes sustentan el sentido político de la comunidad y no al revés.

En palabras de Paul Barry Clarke (citado por Savater, 2007, p.10), ser un ciudadano pleno significa participar tanto en la dirección; tanto de la propia vida como en la definición de algunos de sus parámetros generales; significa tener conciencia de que se actúa en y para un mundo compartido con otros y de que

nuestras respectivas identidades individuales se relacionan y se crean mutuamente.

Quiere decir, que es el ciudadano el elemento principal del sistema político y su razón de ser debe descansar sobre él. Los ciudadanos deben ser el centro de las decisiones y de los intereses de todas las estructuras del Estado; por ende sus intereses deben prevalecer por encima de cualquier otro interés. Eso sí, sin dejar de lado las obligaciones que gozar de tal condición conlleva.

Parte de las obligaciones ciudadanas es participar activamente en el desarrollo de su comunidad. Así pues, el mejoramiento de los pueblos debe ser una labor compartida entre el Estado y la sociedad civil.

Si el concepto de ciudadano se define como cada uno de los miembros que componen una sociedad y se sabe además que para que este alcance su plenitud debe tener la posibilidad de gozar de todos los beneficios que le otorga su condición, qué significa la participación ciudadana.

Este estudio transita por el concepto de la participación ciudadana, entendida como la vía para movilizar a la sociedad hacia una cultura de proposición y acción. El periodismo comunitario constituye una manifestación expedita de la participación ciudadana pues con su ejercicio el individuo común deja de ser un sujeto pasivo receptor y se convierte en miembro activo de su sociedad.

El periodismo comunitario basa su esencia en la participación ciudadana. Este concepto y los temas relacionados deben entenderse desde la acción de la sociedad civil y el valor que esta le otorga al fortalecimiento de la sociedad.

En una nueva era de la sociedad, la población civil adopta una actitud más participativa. La participación ciudadana representa una acción amplia que se constituye en procesos de autoorganización y sobre todo transformación social.

Se habla de participación ciudadana cuando el individuo interviene activamente en los asuntos de su entorno, pues se siente responsable del rumbo que toma su comunidad; es decir, tiene que ver con la disposición que tiene el ciudadano de incidir en su entorno.

De acuerdo con Ballesteros (2006, p.158), este concepto se enmarca en las tres esferas en que se ve involucrada su participación, en el Estado, el mercado y la sociedad civil. Esta última es aquella en la cual se localizan los ciudadanos organizados para buscar solución a sus demandas o necesidades.

Es el lugar donde se generan los elementos que deben ser resueltos por el Estado mediante la definición de políticas públicas.

Dado el rol trascendental de la ciudadanía en la construcción del devenir de una localidad o región -y concluyendo lo anterior- resulta trascendental que los ciudadanos que se movilizan en la esfera de la Sociedad Civil y especialmente de la Sociedad Civil organizada, participen y jueguen un papel en ámbitos fundamentales como el monitoreo a la eficiencia de la gestión y el desempeño de la esfera Estatal, la promoción de dinámicas de auditoría social y rendición de cuentas y, por en especial, la incidencia en la toma de decisiones (Ballesteros, 2006. p.160).

Siguiendo a Hernández-Aja (2002, p.5), no se puede negar que diariamente participamos y que voluntariamente realizamos actos de construcción social. En esta línea, “participar implica un individuo dinámico, un ciudadano, que modifica la estructura existente; implica un cambio en las relaciones sociales. Se plantea por lo tanto, a la participación como la posibilidad que los ciudadanos tienen de verse reflejados en la transformación de su entorno”.

Masbernat (1999, p.13), define la participación ciudadana como “el ejercicio de la ciudadanía activa, el medio por el cual se hacen efectivos los derechos, se ejercitan las responsabilidades, las virtudes, actitudes y comportamientos cívicos -como el compromiso mutuo, la autonomía y la preocupación por lo público -, y se fomenta la pertenencia e identidad de personas y grupos con una comunidad determinada; del mismo modo, favorecen la efectividad y el éxito de las políticas públicas”.

Quiere decir que la participación necesita una ciudadanía dispuesta a involucrarse, en intervenir activamente en los temas públicos para incidir en ellos. Participar implica una cuota de voluntad, una conciencia de pertenencia y de responsabilidad. Participar no solo se refiere a colaborar, ni opinar sobre un tema, participar supone una intervención directa, un accionar, transitar con una actitud propositiva y activa por parte del ciudadano.

Participación ciudadana significa distintas cosas para diferentes personas, pero esencialmente es la participación que hacen las personas para afectar la toma de decisiones, ejecución y seguimiento de las decisiones públicas (Oakley, 1991 p.3).

Merino (1996) explica que la participación puede distinguirse desde diferentes puntos de vista. Para él “participar”, en principio, significa “tomar parte”: convertirse uno mismo en parte de una organización que reúne a más de una sola persona. Pero también significa “compartir” algo con alguien o por lo menos, hacer saber a otras algunas informaciones. De modo que participar es siempre un acto social: nadie puede participar de manera exclusiva, privada, para sí mismo. La participación no existe de manera individual, pues solo se puede participar con alguien más; solo se puede ser parte donde hay una organización que abarca por lo menos a dos personas.

Desde esta perspectiva, la participación ciudadana constituye un elemento importante de la sociedad pues tiene que ver ampliamente con democracia y con desarrollo humano; a mayor participación ciudadana mayores las posibilidades de robustecer la sociedad en estos aspectos.

Así lo entiende Ziccardi (1998, p.98), la participación ciudadana es la clave para transformar el espacio de lo local en un espacio público y contribuir a crear condiciones para consolidar una gobernabilidad democrática, la participación ciudadana, a diferencia de otras formas de participación, (política, comunitaria, etc.), se refiere específicamente a que los habitantes de las ciudades intervengan en las actividades públicas representando intereses particulares (no individuales), ejerciéndose en primer término en el ámbito de lo cotidiano y en el espacio local, que es donde se da mayor proximidad entre autoridades y ciudadanos.

Para Alberich (2006, p.66), se percibe que la participación ciudadana es un factor de cambio, es la actuación de ciudadanos descontentos en busca de ampliar su esfera democrática. En las sociedades complejas la participación persigue hacer que los habitantes de un lugar sean cada vez más sujetos sociales con capacidad para transformar el medio en que viven y con capacidad de control sobre los órganos políticos y administrativos. La participación ciudadana puede sintetizarse como aquella búsqueda del ciudadano de una mejor calidad de vida; se erige como el despertar de la sociedad que hace suyo el derecho a participar.

Siguiendo a Hernández-Aja (2002, p.5), la participación es “la posibilidad de que los ciudadanos tienen de verse reflejados en la transformación de su entorno, como un acto creativo cuyo fin es determinar las necesidades de un espacio social en transformación continua y garantizar la identificación de los ciudadanos en su espacio”.

Por otra parte, tomando las palabras de Alguacil (2006), la apuesta por el Estado del Bienestar y el proceso de crecimiento mercantil no solo no han sido capaces de resolver las contradicciones con el ecosistema natural, sino que también se han visto acrecentadas las desigualdades sociales. En este sentido, es válido pensar en la necesidad de superar la lógica unidireccional entre Estado y mercado y adicionar un tercer sector, la sociedad civil “ya que el mecanismo de la representación no parece ser suficiente para poder hablar de

verdadera participación ni, por lo tanto, de verdadera democracia”, (Mujica, 2005).

La participación ciudadana revierte capital importancia para la vida de la democracia, por cuanto consiste en que los individuos que componen la sociedad se involucren activamente en la vida social y política, incidiendo, además, en la toma de decisiones.

Así lo afirma Mariñez (2009, p.12), cuando dice: una de las vertientes de la democracia está relacionada con la participación ciudadana; es decir, con el hecho de que muchos ciudadanos, conscientes de formar parte de un cuerpo social, participan activamente para involucrarse y destinar energía, tiempo, emoción, conocimiento y experiencia a favor de causas superiores, a favor de valores colectivos que se traduzcan en una mejor vida para la sociedad.

Este ejercicio, se interpreta en perspectiva de lo que los ciudadanos pueden aportar al mejoramiento de su comunidad, corresponde a la labor y al papel activo y beligerante que se requiere de ellos.

La participación ciudadana es pues, un elemento de gran valor que enriquece a aquellas sociedades que la practican más ampliamente. Por otro lado, la democracia participativa se suma a la democracia representativa, y conjuntamente representan una gran acción de patrimonio político colectivo (Mariñez, 2009, p.12).

Con la participación activa la democracia se robustece, en contraposición, al disminuirse, la democracia se deteriora y corre el riesgo de resquebrajarse. De modo tal que, si bien es cierto no es el único elemento, la participación

ciudadana determina en gran medida la existencia y la amplitud de la democracia.

Mariñez (2009, p.17) está de acuerdo con este planteamiento cuando afirma que la participación ciudadana es un elemento de vital importancia para la construcción de una ciudadanía activa, sin ella, el significado de la democracia estaría condenado a perderse.

El alcance de la participación ciudadana es muy amplio; no se limita únicamente a la posibilidad que los individuos de una sociedad tienen de desenvolverse, sino que debe concebirse como necesaria para el verdadero ejercicio de la democracia.

La participación es indispensable para integrar la representación de las sociedades democráticas a través de los votos, pero una vez constituidos los órganos de gobierno, la participación se convierte en un medio privilegiado de la llamada sociedad civil para hacerse presente en la toma de decisiones políticas (Merino, 2000, citado por Mariñez, 2009, p.17).

Esto quiere decir que no basta con elegir gobiernos democráticamente, una vez que el ciudadano realiza esa tarea libre concienzudamente, debe encargarse entonces de contribuir al mejoramiento de la sociedad, por tanto, la participación ciudadana es un ejercicio permanente que debe ejercerse con responsabilidad.

En definitiva, el vínculo entre participación ciudadana y democracia se da en forma recíproca y vinculante. A la postre la democracia puede ser vigorosa y amplia o discreta y escuálida; según sea la simbiosis entre ambas. Pero, definitivamente, cuanto más robusta sea la democracia más posibilidades tiene el individuo de ejercer sus derechos.

Según Diamond y Morlino (2005), citados por (Mariñez, 2009, p.17.) la calidad de la democracia debe asegurar que todos los ciudadanos hagan uso de los derechos formales por la vía del voto, la organización, las asambleas, las protestas, el *lobby* para sus intereses, así como la influencia en el proceso de la toma de decisiones.

Mariñez (2009, p.20), manifiesta que la participación no es más que una forma de controlar y moderar el poder inevitablemente otorgado a los representantes políticos, convirtiéndose en el puente entre la representación y la decisión pública. Es por eso que sin participación la democracia no existiría porque esta requiere siempre de aquella: con el voto y más allá del voto. [...], con esto, los ciudadanos se cuestionan: ¿qué posibilidad de influir tenemos al participar y ejercer presión ante el gobierno? Tal pregunta se responde al plantear la necesidad de mecanismos participativos que se puedan concretar. Para tal fin, el referendo, el plebiscito, la iniciativa popular, el derecho de petición y la revocatoria del mandato se presentan como vías constitucionales de acción.

En resumen, la participación ciudadana es un ejercicio mediante el cual se logran disipar los problemas comunes y defender los intereses del colectivo mediante soluciones consensuadas. Al mismo tiempo, logra mejorar la calidad de las políticas públicas.

El siguiente tema involucra muchos de los conceptos aquí expuestos. El periodismo comunitario, del cual se hará referencia a continuación, tiene que ver con el ser humano y la libertad constitucional que este tiene de comunicarse, como parte de las posibilidades que ofrece la democracia. Sobre todo se relaciona con la participación ciudadana.

Antes de hacer referencia a este tema, es preciso definir el concepto de comunidad. La comunidad es el principio de la cohesión social; es decir, desde

las comunidades se construyen las sociedades, siendo la suma de estas las que le dan cuerpo y sentido a las naciones.

Así lo expresa Etzioni, citado por Delanty (2006, p.116), quien afirma que la comunidad es principalmente el fundamento moral y la expresión de una ciudadanía de responsabilidad y de participación, [...] La comunidad implica voz, una "voz moral" y la responsabilidad social se basa en la responsabilidad personal.

En relación con el concepto de comunidad debe decirse además, que es un conjunto de personas reunidas en una determinada ubicación geográfica que comparten hábitos, reglas, creencias y otros elementos. Aunado a lo anterior, posee una característica determinante y es la identidad común que se crea entre sus miembros.

Redfield (1973, p. 16-17) citado por (Trevignani, 2006, p.19), lo explica de la siguiente manera: Una comunidad sería aquella pequeña aldea cuyos límites son observables para un extraño, cuyos miembros expresan una identidad colectiva con respecto al territorio que comparten, los valores a los que adhieren, los proyectos a los que aúnan y cierta capacidad autogestionaria de satisfacer necesidades comunes.

En definitiva, el sentido de comunidad se concibe mediante elementos palpables, pero además, trasciende a la conciencia de cada individuo que la compone.

Una vez claro el panorama en relación con el concepto de comunidad, se puede desmarañar lo que significa el periodismo comunitario.

Partiendo del concepto de comunidad, que la define como el lugar común donde reside un grupo de personas, podría afirmarse que el periodismo en todas sus manifestaciones es comunitario; tal postura no sería falsa necesariamente; no obstante, debido a los intereses que envuelven a los grandes medios de comunicación, tomar esa aseveración como absoluta puede obviar las complejidades del asunto.

Es evidente que no se ha resuelto la dicotomía fundamental en el campo de los medios de comunicación: el dilema del servicio público que deben prestar y el sistema de propiedad privada (Miralles, 2004, p.19).

El asunto del periodismo, refiriéndose al comunitario o público como se le conoce, no son solo las noticias sino la construcción del interés general, pero no al estilo totalitario que homogeneiza a los medios y los lleva a comprometerse con una causa, sino recogiendo lo mejor de la tradición liberal revisada; es decir, reconociendo el pluralismo y los disensos y aprovechando la deliberación para la construcción de lo público en lo público (Miralles, 2004, p.30).

¿A qué se refiere Miralles con el estilo totalitario de los medios? Para tratar de dar respuesta a la interrogante, es preciso hacer referencia a la llamada agenda *setting* o agenda mediática. Es el conglomerado de noticias que los medios de comunicación ofrecen a su público meta, desde el supuesto o en el entendido de que eso es lo que la gente necesita saber.

El público echa mano de esas pistas de relevancia que le dan los medios para decidir su propia agenda y decidir, de este modo cuáles son los temas más importantes (McCombs 2004 p.25).

De tal modo, la agenda mediática contribuye en la construcción de la agenda social, porque la información que consume diariamente es lo que percibe como la realidad del entorno.

Por tanto, el papel de los medios de difusión como fijadores de la agenda, vincula al periodismo y su tradición narrativa con el ruedo de la opinión pública. Se trata de una relación con consecuencias importantes para la sociedad (McCombs 2004 p.22).

Lo que McCombs plantea cuando se refiere a las consecuencias para la sociedad, no es otra cosa que ese poder que los medios ejercen sobre la población en términos de incidencia en la opinión pública. De ahí la trascendencia en relación con quién define la agenda mediática y cuán presente está la defensa del interés del colectivo en la escogencia de los temas.

Murciano, 2010 hace la siguiente referencia de la agenda *setting* (p.75):

La agenda mediática, conformada por las noticias que difunden los medios diariamente, influye de forma importante en la agenda pública. Esta tesis se concreta en tres aspectos básicos: 1) lo que no sale en los medios no existe. 2) los temas a los que prestan atención los medios configuran la agenda pública y afectan a la percepción que tienen el público respecto de dichos asuntos y 3) el enfoque y la forma en la que se encuadra el asunto puede afectar significativamente al desenlace final del mismo.

El periodismo comunitario puede contrarrestar esa hegemonía que los medios de comunicación ejercen al establecer su agenda, porque este ejercicio democratiza el acceso a la información.

Así lo sustenta Miralles (2004, p.13). Busca (el periodismo comunitario) involucrar al ciudadano no para promover procesos de autogobierno o suplir al Estado en sus tareas públicas, sino para formar una opinión pública autónoma.

Para Sodré, citado por Pena de Oliveira (2009, p.196), la verdadera comunicaci3n solo ocurre en la comunidad. Sennett (3p. cit.), afirma que la resistencia a la atomizaci3n del individuo en la sociedad contemporánea únicamente tiene lugar en aquellos segmentos que mantienen vínculos de comunidad.

Ambos autores apuntan hacia el valor de la comunidad para gozar de genuina comunicaci3n y a la necesidad de que esta se produzca all  para que sirva como defensa de dignidad del individuo en una sociedad globalizada y tendiente a la deshumanizaci3n de sus habitantes.

Su razonamiento encaja con la postura de que frecuentemente los grandes medios atiendan intereses distintos a los del ciudadano en contra posici3n, según palabras de Pena de Oliveira, (2009, p.196) El periodismo comunitario atiende a las demandas de la ciudadanía y sirve como instrumento de movilidad social.

De modo tal, que el periodismo comunitario es vital para el 3ptimo funcionamiento de la democracia, para fortalecer el papel de la sociedad civil y para revitalizar el sentido de lo público. El periodismo comunitario es una forma de democratizar el acceso a la informaci3n ya que, resuelve las demandas de la ciudadanía y con esto se hace referencia a que aborda lo cercano al individuo, aquello que lo afecta de manera directa.

Sartori citado por Miralles (2003, p.29) dice que el reto del periodismo público es autonomizar la agenda ciudadana, y por eso se trata de un fenómeno cuyo eje son los temas y las prioridades de los ciudadanos, siendo esa la verdadera función de la opinión pública: construir y visibilizar sus temas.

Abrir espacios para que ciudadanos comunes asuman un rol significativo en el ámbito público representa el reto del periodismo comunitario y de las sociedades; de todos modos, los Estados deberán apostar cada vez más hacia la participación ciudadana en aras de resolver de manera conjunta los temas de la agenda pública.

Otros autores denominan esta injerencia ciudadana como participación popular. Abatedaga (2008. p.77) sostiene que lo popular está vinculado con las necesidades de esos grupos, definidas por ellos mismos y en un proceso de reflexión crítica sobre lo vigente, esto significa que lo popular se construye frente a lo hegemónico.

Aunque con distinta conceptualización, se tiene que la cuota de acción que los ciudadanos ejerzan en lo público responde en esencia a contrarrestar el poder hegemónico dominante, desde la lógica de que quien controla la información controla el poder, así pues a mayor diseminación de la información mayor desconcentración del poder.

Mario Kaplún, llamado el comunicador popular, destaca la relevancia de la comunicación que nace del seno de los ciudadanos, por estar ayuna de intereses ajenos a los del colectivo y porque la subjetividad que un comunicador ejercerá sobre la noticia responderá a lo más cercano, aquello que más le afecta.

¿En qué queda la supuesta objetividad tras este proceso selectivo y combinatorio? Claro está que este se hará de acuerdo con los intereses del sector que controla y maneja el periódico. Nunca serán iguales la selección que hará un comunicador popular y la de un periodista de una empresa dominante de la clase dominante. (Kaplún, 1998, p.177).

Periodismo comunitario, ciudadano, popular, todas las vías conducen a mismo resultado, el poder que adquieren los ciudadanos con acceso a la información de su entorno y más aun cuando tienen la posibilidad de comunicarla a sus semejantes.

## **2.2 El contexto nacional**

Para llevar a cabo parte de esta investigación se requirió conocer ampliamente el aporte, perspectiva y trayectoria de dos instituciones fundamentales en el campo del periodismo comunitario en Costa Rica; a saber: la Organización no Gubernamental (ONG) Voces Nuestras y el Instituto Costarricense de Radio Difusión (ICER), institución sin fines de lucro dedicada a educar y comunicar.

Ambas instancias delinear, en gran medida, la historia del periodismo comunitario costarricense, particularmente lo que respecta a la formación de este género; por tanto, conocerlas, significa comprender gran parte del entorno nacional en este tema.

### **2.2.1 Voces Nuestras**

Según su sitio web, Voces Nuestras es un centro de comunicación con más de 20 años de trayectoria. Su labor se centra en acompañar y fortalecer la expresión de diversos grupos sociales, particularmente sus capacidades informativas, de participación, articulación e incidencia pública.

Su foco de acción lo ocupan organizaciones dedicadas a luchar por sus derechos y por participar en la construcción socioproductiva de las sociedades de la región centroamericana; ejemplo de ello son las campesinas, indígenas, ecologistas, sindicatos, mujeres y jóvenes; entre otros.

Este centro de comunicación pondera en su labor la comunicación participativa, como un enfoque supremo en relación con los modelos verticalistas y cerrados de la comunicación.

Para llevar a cabo su cometido cuentan con cuatro áreas internas: capacitación, producción y servicio informativo, y reciben soporte de un área administrativa; de tal modo que realizan radionovelas, un concurso de historias de mujeres, una revista radiofónica semanal, procesos de formación, diagnósticos de comunicación, entre otras acciones. La coordinación general, así como la labor de planificar, articular el trabajo interno y gestionar recursos, están asignadas a la dirección del Centro.

Esta ONG nació en 1989. Lo hizo para capacitar a grupos de mujeres para que así tuvieran presencia en la radio, ya que notaban, según Liliana León, cofundadora de la asociación, que las mujeres no estaban en las radios, ni tampoco había programas de mujeres. De modo tal que, crearon la Red de Mujeres Productoras de radio y así han capacitado a grupos de mujeres y también a hombres.

Voces Nuestras se ha preocupado siempre por la inclusión de las mujeres en los medios de comunicación en general. Buscan estrategias que visibilicen a este género en los medios en posición de poder, no de víctima.

Como se mencionó anteriormente, capacitan a organizaciones sociales y grupos que quieran trabajar en las radios para que tengan presencia en los medios. Ahora trabajan no solo radio, sino también estrategias de comunicación, imagen, posicionamiento, comunicación interna de comunicación para la incidencia política en las organizaciones.

En esta ONG consideran que no solo los periodistas deben hacer comunicación, por lo tanto, trabajan el derecho a la comunicación; no ven la comunicación como productos, sino como procesos con objetivos estratégicos con propósito de incidir.

Los objetivos de la institución son:

Generar y acompañar procesos de comunicación participativa en la región Centroamérica que fortalezcan la educación y la participación ciudadana. Impulsar el ejercicio ciudadano del derecho a la comunicación como aporte en la construcción de las democracias participativas en Centroamérica, favoreciendo los liderazgos juveniles y femeninos. Dar a conocer las acciones y temas de los movimientos sociales centroamericanos dentro de la región e internacionalmente.

### **2.2.2 Instituto Costarricense de Educación Radiofónica (ICER)**

El sitio oficial indica que se creó en 1973, en respuesta a la necesidad de los campesinos de la región centroamericana de contar con la posibilidad de aprender a leer y a escribir, y así entender los hechos que enfrentaban diariamente.

Se concibió como un sistema de educación a distancia para que los campesinos y los indígenas pudieran capacitarse en un entorno, sin que esto

implicara desplazarse fuera de sus comunidades; a tal método se le llamó: “El Maestro en Casa”.

En cuanto al tema de participación ciudadana, el ICER cuenta con el proyecto de las Pequeñas Emisoras Culturales. En total son 15 y se encuentran ubicadas en diferentes partes del país y dan una contribución a las comunidades rurales.

Las emisoras del ICER nacieron en 1979. De estas estaciones el ICER no usufructúa para la institución sino que se las entregan a las fuerzas vivas de la comunidad.

La filosofía del ICER es darle voz a quien no la tiene, para denunciar, para decir las cosas positivas. Ponen el micrófono al servicio de todos, sin necesidad de pedir permiso.

Su estructura organizacional se conforma entre las fuerzas vivas de la comunidad; entre todas escogen un grupo de 15 instituciones representativas de sectores como el educativo, el comercial, el gobierno y de las fuerzas vivas.

Este grupo funge como Junta Directiva que administra la radio por un año, dicha Junta Directiva trabaja ad honórem. Las radios no necesariamente tienen un director, algunas lo tienen, otras tienen un administrador.

La programación de las radios, excepto en el tema de educación que ocupa 45% aproximadamente, es establecida desde lo local. Las emisoras están al aire todos los días, algunas transmiten 24 horas.

Para conocer la práctica del periodismo comunitario se realizó el análisis de tres casos de proyectos de periodismo comunitario en Costa Rica. Mediante entrevistas personales se recabó la siguiente información.

### **2.2.3 Voz de mujer**

La idea de este programa surge del presbítero Marco Antonio Solís Villalobos, director de la radio Santa Clara. Él invitó a colaboradores del club de amigos de la radio, trabajadores de la estación y algunas mujeres a formar parte de un grupo que recibiría capacitación teórica y práctica para producir y transmitir un programa dirigido a las mujeres de la región Huetar Norte.

La idea del presbítero fue que si había un programa de mujeres debía ser hecho por mujeres, partiendo de sus propias experiencias y vivencias.

Recibieron un proceso de capacitación de un año y al término de seis meses iniciaron la transmisión. La primera emisión la transmitieron el 4 de enero de 1991, desde entonces, este grupo de mujeres ha transmitido un programa semanal de una hora y, en la actualidad, de 8:30 a.m. a 9:30 a.m. todos los viernes por radio Santa Clara.

La radio les cede el espacio para transmitir, y el trabajo de ellas ha sido ad honórem. En total laboran siete mujeres. Los temas que abordan son, entre otros, pensión alimentaria, autoestima, derechos, no violencia, ley de paternidad, salud, agresión infantil, ambiente.

### **2.2.4 Abriendo el surco**

Radio Santa Clara nació en 1984, desde el inicio de la radio se pensó en un programa para campesinos; y en el mismo caso de Voz de mujer, este debería

ser producido por ellos mismos, entonces el padre Solís convocó a la radio a un taller de capacitación.

Se ha conformado una asociación que, además de realizar el programa radiofónico, lleva a cabo otras actividades como promoción de cantantes campesinos. Son autogestionarios, les fue aprobado un proyecto por parte de una agencia de cooperación de la cual han obtenido algunos recursos y realizan ventas de productos agrícolas y convivios para obtener algunos otros.

Actualmente, capacitan a jóvenes y niños para que conozcan sus derechos y se formen como seres humanos integrales y para que continúen integrando el programa. Primero lo hacían grabado, ahora lo realizan en vivo. En sus inicios era una radorrevista; sin embargo, hoy se constituye como un programa de opinión. Abriendo el surco se ha caracterizado por apoyar a los grupos pro tierra.

### **2.2.5 La Voz de La Carpio**

La Fundación FUPROVI llegó a La Carpio desde hace siete años para trabajar el proceso de titulación, planos y la red vial de la comunidad. Zulay Valverde, ciudadana de la localidad, propuso a la fundación la creación de un periódico.

Este medio es abierto a la participación de toda la comunidad. Su nombre fue propuesto por Isidro Reyes.

Al inicio trabajaron seis personas. Durante dos años lo llevaron a cabo Zulay Valverde y Kattia Chacón y en el último periodo solo Chacón. En noviembre del presente año cumplieron cuatro años de estar circulando.

Desde sus inicios lo ha financiado el Centro Cooperativo Sueco, por medio de FUPROVI. Lo hará hasta diciembre. Adicional a esto, venden dos páginas de toda la edición para gastos operativos. Si la venta es a una organización de la comunidad tiene un valor de ¢28 000 y si es externa de ¢35 000.

Se distribuye en los nueve sectores que conforman La Carpio y a lo externo a instituciones según les interese divulgar. Tiene un tiraje de 750 ejemplares mensuales. El periódico no está dividido en secciones, solo se presentan las notas informativas. Adicional cuentan con un blog. El tipo de papel del medio es bond tamaño carta, impreso a dos colores. Tiene un foliaje de ocho páginas.

# **CAPÍTULO III**

## **CAPÍTULO 3. MARCO METODOLÓGICO**

La metodología que se empleará en esta investigación se emplea con el objetivo de cumplir los objetivos planteados, se describe a continuación:

### **3.1 Tipo de investigación**

La presente investigación es de enfoque cualitativo. Esterberg, citado por Hernández, Fernández y Baptista, (2008, p.8) explica que las investigaciones cualitativas lo que pretenden es examinar el mundo social.

Hernández, et ál. (2008, p.12) explican que en las investigaciones cualitativas la recolección de los datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos.

La investigación se divide en dos etapas. La primera de ellas es de tipo descriptiva. Su objetivo central es la descripción de fenómenos. Se sitúa en un primer nivel de conocimiento científico. Y exploratoria: es una investigación que se realiza para obtener un primer conocimiento de una situación para luego realizar una posterior más profunda, por eso se dice que tiene un carácter provisional (Barrantes, 2007 p.64).

Mediante la entrevista a profundidad se indagará acerca del ejercicio periodístico comunitario en Costa Rica, tanto por parte de periodistas titulados, como aquellas personas ajenas al periodismo profesional.

A partir de los resultados obtenidos se construirá una guía de entrevista que se aplicará posteriormente a otros sujetos de información.

Una vez obtenida la información acerca de dicha práctica en el ámbito nacional, se procederá con la segunda etapa, la cual se abordará desde el estudio de casos.

### **3.2 Fuentes y sujetos de información**

A continuación se detalla de dónde emanó la información contenida en la presente investigación.

#### **3.2.1 Fuentes de información**

Danhke citado por Fernández (2008), distingue tres tipos básicos de fuentes de información, a saber: primarias, secundarias y terciarias: Para llevar a cabo este trabajo de investigación se utilizaron fuentes primarias y secundarias.

Dicho autor reconoce entre las fuentes primarias los testimonios expertos. En esta investigación representan una importante fuente de información. También se utilizarán algunos libros, Internet y archivos de medios de comunicación, como fuentes adicionales.

#### **3.2.2 Sujetos de información**

Barrantes (2007, p.92) define a los sujetos de información como todas aquellas personas físicas o corporativas que brindan información.

Los sujetos de investigación consultados serán:

Ronald Cubillo Burgos, coordinador del proyecto de emisoras culturales del Instituto Costarricense de emisoras Rurales (ICER).

Lilliana León, capacitadora, productora y cofundadora de Voces Nuestras.

Rohanny Vallejo Cordero, capacitador de las emisoras culturales del Instituto Costarricense de emisoras Rurales (ICER).

Kattia María Cruz Espinoza, ama de casa, La Voz de La Carpio.

Pacsi Valverde Miranda, estudiante universitaria, La Voz de La Carpio.

Joseling Camareno Chavarría, estudiante universitaria, La Voz de La Carpio.

Silvestre Camareno Eras, litógrafo, La Voz de La Carpio.

Gabriela Sandino Vanegas, estudiante, La Voz de La Carpio.

Noemí Sandino Vanegas, estudiante, La Voz de La Carpio.

Heraida González, enfermera pensionada, Voz de mujer.

Enid Chacón Méndez, empresaria (miembro fundadora), Voz de mujer.

Karen Orozco, estudiante universitaria, Voz de mujer.

Yolanda Murillo Rivera, ama de casa (miembro fundadora), Voz de mujer.

Magdalena Campos, ama de casa (miembro fundadora), Voz de mujer.

Roxana Rodríguez, empresaria, Voz de mujer.

Yamileth Coronado, agricultora, Abriendo el surco.

### **3.3 Método de recolección de la información**

En investigación se dispone de diversos instrumentos para recolectar la información necesaria. Se pueden utilizar uno o varios de estos instrumentos (Barrantes, 2008, p.177).

Para recolectar la información en la primera fase de la investigación se utilizará la entrevista a profundidad. La cual [...] consiste en una especie de conversación entre iguales, y no un intercambio formal de preguntas y respuestas. Taylor y Bogdan citados por (Barrantes, 2008, p.208).

Específicamente, se entrevistará a tres expertos para obtener la información acerca del tema.

La segunda etapa se superará con base en el análisis de casos; es decir, en función del criterio y experiencias de personas que realizan periodismo comunitario. A ellas se les realizará entrevistas personales y se ejecutará observación de campo.

<b>Síntesis Metodológica</b>			
<b>Acción</b>	<b>Sujetos</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Instrumento</b>
Indagar acerca del ejercicio periodístico comunitario en Costa Rica, tanto por parte de periodistas titulados, como de aquellas personas ajenas al periodismo profesional.	Ronald Cubillo Burgos, coordinador del proyecto de dedazo emisoras culturales del Instituto Costarricense de emisoras Rurales (ICER).	Entrevista cara a cara a profundidad	Guía de preguntas orientadoras (anexo C )
	Lilliana León, capacitadora, productora y cofundadora de Voces Nuestras.	Entrevista a profundidad	Guía de preguntas orientadoras (anexo B )
	Rohanny Vallejo Cordero, capacitador de las emisoras culturales del Instituto Costarricense de emisoras Rurales (ICER).	Entrevista a profundidad	Guía de preguntas orientadoras (anexo D )
Inquirir acerca del periodismo comunitario específicamente, aquel realizado por personas no tituladas en periodismo (forma de desarrollarlo, estructura organizacional, fortalezas y debilidades, características y propósito de su ejercicio).	Equipo de periodistas comunitarios de Voz de mujer	Entrevista y observación	Guía de preguntas orientadoras (anexo E )
	Yamileth Coronado, Abriendo el surco	Entrevista	Guía de preguntas orientadoras (anexo G )
	Equipo de periodistas comunitarios de La Voz de La Carpio	Entrevista y observación	Guía de preguntas orientadoras (anexo F )

### **3.4 Categoría de análisis**

3.4.1 Periodismo comunitario: parte del ciudadano común, no periodista y de su derecho no solo a estar informado sino también de dar a conocer a los demás lo que le interesa. Según lo establecido por la Declaración Universal de los

Derechos Humanos. Tiene que ver con activa participación ciudadana sin ánimo de lucro, (Amarante 2009).

En el marco de esta investigación se caracterizará el periodismo comunitario en Costa Rica, independientemente del que realizan periodistas titulados y ciudadanos comunes, su estado y alcances.

Se esclarecerá cómo y bajo cuál estructura organizacional llevan a cabo esta práctica los ciudadanos comunes, se determinará cuál es el propósito de su ejercicio, el aporte que brinda, finalmente, se enlistarán las fortalezas y debilidades presentes en el periodismo comunitario.

### **3.5 Procesamiento y análisis de la información**

El análisis cualitativo es contextual y más que seguir una serie de reglas y procedimientos concretos sobre cómo analizar los datos, el investigador construye su propio análisis (Coleman y Unrau, citados por Hernández, et ál. 2008, p.624).

Debemos organizar y evaluar grandes volúmenes de datos recolectados, de tal manera que las interpretaciones surgidas en el proceso se dirijan al planteamiento del problema. (Hernández, et ál. 2008, p.624)

En este sentido, se tomará la información recabada y se seleccionará según los objetivos. La información recolectada en las entrevistas se analizará y se mostrará de manera tal que esboce armónicamente el criterio de los entrevistados para resolver la respuesta de la investigación.

# **CAPÍTULO IV**

## **CAPÍTULO 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

### **4.1 Panorama costarricense**

Hablar de periodismo comunitario no resulta una empresa sencilla, principalmente, porque es un concepto al cual se le ha otorgado muchas definiciones; a su vez, a dicha práctica se le han acuñado múltiples conceptos.

En el caso de Costa Rica, resulta particularmente complejo, pues el criterio de los expertos es algo ambiguo, aunque, curiosamente, entre sí es bastante unificado, incluso en lo que respecta a dicha ambigüedad.

Los tres medios clásicos de salida del periodismo comunitario son la radio, la televisión y el periódico. En el marco de esta investigación no se encontraron ejemplos en televisión, se detectó un ejemplo de periódico comunitario y algunos de los programas de radio cuyos medios donde se difunden son radios locales; por lo general emisoras religiosas o del Instituto Costarricense de Educación Radiofónica (ICER).

Esto puede deberse a un factor económico, tema sobre el cual se ahondará más adelante; sin embargo, merece la pena destacar que los programas de difusión radiofónica están mucho más consolidados que el periódico comunitario y, este, en gran medida, debe sus debilidades a factores presupuestarios.

Se argumenta lo anterior, porque en los casos de los programas de radiodifusión, los periodistas comunitarios cuentan con un espacio en la parrilla de programación totalmente gratis, mientras que los comunicadores del periódico deben sufragar parte del tiraje mensual; por tanto, puede inferirse la necesidad de

un medio de salida que no represente erogación económica a los periodistas comunitarios para la consolidación del proyecto comunitario.

Ahora bien, refirámonos a los orígenes de esta práctica. El nacimiento del periodismo comunitario en Costa Rica, se ubica, según dos de los expertos, en la segunda mitad del siglo XIX, un tercero asegura que es imposible determinar su nacimiento, pues lo concibe como cualquier manifestación comunicativa realizada por el ser humano, incluso no la limita a una comunicación masiva.

Manifiestan los expertos que en el país primero nacieron las emisoras locales, específicamente las de la Iglesia y que esta red de emisoras católicas fue creando una cultura de lo local. Las radios de la Iglesia marcaron una diferencia en esa época, en cuanto a un nuevo periodismo, provocaron una moderna forma de hacer radio en Costa Rica; no obstante, el perfil de las radios católicas limitaba esa posibilidad de atender ampliamente lo local, desde una perspectiva netamente social. Las radios católicas no estaban acostumbradas a programar contenido social.

“Cuando se empezó a pensar en otro tipo de periodismo fue, creo yo, a partir de mediados de los años 80 para acá, con la influencia de las radios de Nicaragua, Guatemala y otros países centroamericanos. De ellos, definitivamente, empezamos nosotros a aprender”, Liliana León, Voces Nuestras.

Agregó: “A partir de aquí, quienes hemos estado trabajando en esto, dándole impulso a este género somos las radios de la Iglesia, las radios del ICER y Voces Nuestras”.

Se tiene entonces que el surgimiento de las emisoras locales y, particularmente, las de la Iglesia, crearon una red que generó una cultura de lo local; generando una forma distinta de producción radiofónica en el país. Ese despertar a la cultura local, provocó un remezón en las comunidades que despertaron a su propia realidad. Sin embargo, su perfil, naturalmente religioso, limitaba la posibilidad de explayarse en el abordaje de temas de contenido social. Nace entonces el periodismo comunitario de manera menguada.

En el ICER, por su parte, se atribuyen un poco más de crédito del que se otorga León, por lo menos así lo hace Ronald Cubillo, coordinador del proyecto de emisoras culturales del Instituto Costarricense de Educación Radiofónica (ICER), ante la pregunta cuándo nació el periodismo comunitario en Costa Rica, él respondió: “No lo sé. Quisiera decir que nace en el momento en el que se empiezan a instaurar las emisoras del ICER”.

Al profundizar en el tema de la práctica del periodismo comunitario en Costa Rica, los expertos asoman en sus opiniones el criterio de que aquello que históricamente se ha realizado en el país, aunque no aplica para todos los casos, en su mayoría debe verse desde un espectro más amplio; es decir, debe verse como el ejercicio de la comunicación comunitaria pues la labor regional no se centra necesaria ni exclusivamente en periodismo comunitario.

Desde su perspectiva, el ejercicio periodístico, estrictamente dicho, se realiza en un menor porcentaje. Su postura no se aleja de la realidad pues; por ejemplo, la totalidad de la producción de las radios del ICER no corresponde a periodismo comunitario sino a manifestaciones culturales. No obstante, ante la pregunta de si existe el periodismo comunitario en el país, responden afirmativamente y lo describen como a continuación se muestra.

Dos de ellos señalan que las manifestaciones locales de comunicación en su mayoría corresponden a expresiones culturales, de opinión, programas de tertulias acerca de temas específicos, entre otros, no específicamente acerca de periodismo.

Liliana León, cofundadora de Voces Nuestras, opina en relación con la programación de las radios locales: “Yo lo que siento que existe en el nivel de las comunidades es más bien un tipo de comunicación más abierta, más comunitaria, porque esta gente que hace comunicación no necesariamente hace periodismo.

En muchos de los casos funcionan como repetidoras, lo que hacen es leer los periódicos de circulación nacional, todo es muy enlatado, traído de afuera, pocas radios hacen producción propia. Por eso no todo lo local es comunitario y no necesariamente es bueno”.

Una de las principales limitaciones que presentan las radios locales es que tienen poco personal, por tanto, considera León, la audiencia está más enterada de lo que sucede en el ámbito nacional e incluso internacional, que de lo que sucede en su comunidad. Debido, asegura la experta, a “que no hay generación de noticias locales y si la hay, es un poco pobre, superficial, en realidad no se le da seguimiento a los procesos que se están viviendo en las comunidades”.

Agrega: “Hay una realidad local y eso debe saberlo la gente, el problema es que la información está muy concentrada en grupos de poder, ahí es donde el periodismo comunitario sería maravilloso, porque es enfrentar las partes, ver qué pasó, por qué no pasó de otro modo”.

Hay poca cobertura de la información local y si la hay, es un poco pobre, superficial; en realidad no se le da seguimiento a los procesos que se viven en

las comunidades. Los casos de verdadero periodismo comunitario son muy escasos.

Una vez en el campo, esto es palpable, como se mencionó anteriormente, en las emisoras del ICER no existe gente haciendo periodismo comunitario, existe gente manifestándose libremente en temas diversos, música, deportes, de opinión pero sin rigor científico, ni verificación de fuentes, cocina; entre otros tantos. Los casos específicos de periodismo, entendido como aquel acto de dar a conocer el acontecer de una localidad de manera objetiva, son escasos, esto puede deberse, en parte, a la falta de rigurosidad con que ejecutan su labor, puede obedecer también a falta de conocimiento de cómo llevar a cabo una labor periodística; o bien, a la falta de interés en realizarla.

Por su parte, Cubillo, afirma que existe el periodismo comunitario en Costa Rica; no obstante, dice al respecto: “El periodismo no solo tiene que ser la noticia estructurada. Creo que hay formas diferentes de lo que nos han enseñado; es decir, periodismo puede significar transmitir, entrevistar o dar una noticia a través de un mensaje en cabécar o bribri, con un lenguaje sencillo. Hay gente que también a través de la música puede dar a conocer y denunciar cosas y uno podría decir desde el punto de vista periodístico, esto no es informativo; pero son conocimientos que ellos pueden dar a conocer”.

Lo anterior denota, la amplitud de criterio en cuanto a la práctica del periodismo comunitario; dicho de otro modo, Cubillo aduce la existencia de periodismo comunitario en el país, pero extiende este concepto a cualquier manifestación comunicativa sea o no periodística.

Por su parte, Rohanny Vallejo, capacitador del ICER, afirma que esta práctica existe en el país “si lo entendemos como un periodismo que está vinculado a algunos medios de comunicación social rurales”.

“Las emisoras culturales del ICER son unas. Sé que hay unas iniciativas personales de periódicos, hay gente que hace noticieros de radio, fuera de las emisoras del ICER que no son empleados de la radio, sino que crean su propio noticiero y lo venden a la emisora”, manifestó Vallejo.

Aunque Vallejo hace mención de dichos noticieros, no puede ejemplificarlos, a excepción de dos, que manifiesta existieron en emisoras de radio de la zona Sur del país, pero que asegura ya desaparecieron.

Por otra parte, el experto considera que no todo lo que se hace fuera del área metropolitana es periodismo comunitario pues opina que hay iniciativas locales de corte mercantilista, las cuales quedan excluidas de este esquema.

La apreciación del periodista es plenamente cierta, no todo lo local es comunitario, porque en muchos casos los proyectos de comunicación locales funcionan como repetidoras o reproductoras de enlatados, esto en el caso de las radios; y en el caso de los periódicos, un buen porcentaje, cerca de 98% son pequeñas industrias mercantiles, las cuales se diferencian de los grandes medios de comunicación nacional únicamente en tamaño y cobertura.

Ahora bien, ¿cómo conceptualizan los expertos el periodismo comunitario? Ronald Cubillo lo describe de la siguiente manera: “Es el flujo de información de un grupo muy particular que hace suyas las cosas que la mayoría quiere escuchar. Desgraciadamente ese sistema de comunicación no se enseña, es por necesidad que nace, la gente de las comunidades rurales necesita de una información más fluida de su entorno”.

Para Rohanny Vallejo, “es un periodismo interesado en divulgar la vida local, porque la queja persistente de la gente de la zona rural es que los grandes

medios comerciales del área metropolitana emiten informaciones de los pueblos acerca de hechos negativos; pero no difunden las luchas que constantemente dan las comunidades”.

Por su parte, Lilibian León, dijo: “Es aquel que aborda las noticias, los hechos que suceden en una comunidad, sin descuidar lo regional y lo nacional. Sirve para generar opinión y sentar posición. Si la noticia local no está en manos de la gente local, entonces qué opinión se genera y qué parte de la realidad está conociendo la gente”.

Me parece que León da en el punto clave de la trascendencia del periodismo comunitario. Los habitantes de cada región y de cada pueblo deben tomar parte en la construcción de su realidad, de su entorno, deben involucrarse en la vida social y política de sus comunidades, con esto ejercen su ciudadanía y son protagonistas en el desarrollo de sus comunidades. Si los habitantes de un pueblo están ajenos a este proceso la toma de decisiones y la participación se extingue o se convierte en un accionar débil, lo que provoca, consecuentemente, que la democracia se debilite.

Precisamente, un elemento particular que los tres destacan del periodismo comunitario es el efecto democratizador de esta práctica. “Yo creo que a nivel de comunicación se hace democracia”. “El hecho de que cualquier persona pueda tener acceso a un medio de comunicación hace que sus pensamientos y sus ideas puedan circular y ser escuchadas”. “La democracia se logra cuando se da participación”. “Tiene que ver con democratización de la palabra y si eso no se hace, desde la casa, la organización, la comunidad, desde los medios, no hay democracia en el país”. “Quien se apropia de la palabra, sea escrita o verbal se apropia de las decisiones, el apropiarse significa que puedo tomar una decisión, yo al apropiarme tengo poder”.

Las anteriores son solo algunas de las ideas manifiestas por los expertos, aunado a lo anterior, señalan que esta práctica tiene que ver también con la posibilidad de que las personas estén más informadas y, consecuentemente, puedan tomar mejores decisiones y sentar una postura más crítica a la hora de manifestarse en torno a temas de índole política, económica o social, relacionados con sus comunidades.

En cuanto a la función que esta práctica cumple, Cubillo agrega: “Se intenta con este tipo de periodismo que la gente despierte, se dé cuenta de cuál es su entorno, su realidad, sus posibilidades de crecer. Gira en función de ser instrumento para que otros puedan avanzar. Este tipo de periodismo implica sensibilizar a la gente de lo que realmente valen y de lo que pueden llegar a alcanzar si se lo proponen, por encima de un fin lucrativo”.

Al decir Cubillo “lo que pueden llegar a alcanzar si se lo proponen” atribuye a esta práctica una especie de poder transformador en las personas que lo ejercen. Este hecho, como se verá más adelante, es verdadero, el periodismo comunitario logra transformar positivamente la vida de sus ejecutores al punto de ofrecerles otra perspectiva de vida y de ellos mismos.

Vallejo, por su parte, sintetiza la función del periodismo comunitario de la siguiente manera: “Como cualquier periodismo, dar a conocer lo que afecta e impacta a la gente y que es desconocido para esas personas. Hasta ahí no hay inconvenientes, el problema del periodismo, no solo del profesional sino del ciudadano es verificar fuentes. Cómo saber si lo que estamos diciendo es real, el tema de sustentar la información con pruebas y no a base de chismes es complejo”.

Vallejo trae a la palestra un tema del cual se habló anteriormente, verificación de fuentes. Irrestrictamente tiene que ver con veracidad y, por supuesto,

objetividad. Estos temas concatenados marcan en gran medida lo que es periodismo comunitario y lo que no; pues esta práctica, aunque con rigurosidad más laxa en el lenguaje o el estilo, necesariamente debe conservar los mismos parámetros en cuanto a la veracidad de las noticias que se publican.

Siempre haciendo referencia a la caracterización, hubo unidad en la visión que tienen acerca de los elementos caracterizadores que esta práctica posee. Cubillo; por ejemplo, destacó esencialmente que no tiene línea editorial, como un estado ideal; además su sentido empático; es decir, su intención de pensar qué es lo que necesita el otro. Destacó también la sencillez, la brevedad y la neutralidad.

Burgos, por su parte, lo caracteriza como un “periodismo muy aterrizado a la realidad local, ese es su interés primordial, su énfasis es lo cercano por encima de lo que ocurre en el ámbito internacional. Con deficiencias de verificación de fuentes y muy entusiasta”.

Finalmente, y en concordancia con Vallejo y Burgos, León apunta como elementos caracterizadores su afán por visibilizar lo local; es decir, realizarlo desde los protagonistas, quienes están viviendo la realidad; su lenguaje diferente, no elitista, con contenido local, participativo y popular.

Su sentido coloquial y autónomo son otras dos características que me parece necesario señalar, son elementos intrínsecos a esta práctica. Según lo constatado en el campo, no se hace periodismo desde una plataforma superior y vertical, se hace pensado para iguales, concebido de manera horizontal.

Al ir más allá de su caracterización; si se intenta marcar la diferencia en relación con el periodismo tradicional, León argumenta que el contraste se

produce porque el tradicional lo hace el periodista que cree que sabe lo que tiene que decir; el otro lo hace para gente que sabe lo que quiere y le puede ser útil a sus pares. “Mientras el periodismo tradicional aborda las temáticas desde el oficialismo, el comunitario las aborda desde ellos mismos, con temas que son trascendentales para lo local, que impactan el diario vivir”.

Según lo interpreta Cubillo, el tradicional es aquel que enseña a los periodistas a serlo para los grandes medios de comunicación. El otro tipo de periodismo es más humilde, más sencillo, más horizontal, responde a los que están más cerca de quien lo elabora, por tanto, a los que más lo necesitan.

De acuerdo con Vallejo, la diferenciación se marca en términos de pauta al respecto acota: “En el periodismo comunitario no hay un peso tan grande en la parte comercial, el periodismo comunitario no es una industria como sí lo es el gran periodismo; al tiempo que es un periodismo mucho más artesanal”.

Merece la pena hacer hincapié en la opinión de Vallejo. El aspecto comercial o pauta publicitaria, marca una gran diferencia entre los dos mundos del periodismo. En el periodismo comunitario este tema no forma parte medular, pues su fin es democratizar la información, en contraposición, el periodismo tradicional se constituye como empresas con fines de lucro, hecho completamente válido visto desde una perspectiva de negocios. Tal aseveración puede constatarse en todos los casos investigados, el factor lucro está totalmente ausente de los proyectos comunitarios.

Abordemos otra arista interesante del periodismo comunitario. El hecho de que esta actividad es un tipo de comunicación alternativa, que no es autogestionable, requiere de una serie de factores para su subsistencia. León destaca un elemento primordial, el compromiso de los periodistas comunitarios.

La experta asegura que la comunicación cuando es participativa es sostenible; su teoría consiste en que cuando las personas han sido capacitadas los procesos de comunicación son sostenibles gracias al compromiso y a la empatía que los comunicadores adquieren con el proyecto, se trata, según ella, de un accionar por convicción y por el incentivo de su propio poder.

Al interactuar con los protagonistas, esa condición señalada por León es perceptible de primera entrada, tienen un elevadísimo sentido de pertenencia y compromiso, tanto por sus comunidades como por los proyectos de comunicación de los cuales forman parte.

Cubillo señala como factor clave la fidelidad del público, mientras que Vallejo apunta a la vocación y la pasión que le imprime la gente que hace periodismo comunitario. Hay mucha relación entre la perspectiva de los expertos y la realidad de la práctica. Cubillo señala como elemento necesario la fidelidad, resulta revelador palpar que el proyecto menos consolidado enfrenta la ausencia de un público cautivo, pero esto se ampliará más adelante.

Ahora veamos, ¿cómo definen el periodismo comunitario los protagonistas de esta historia, los periodistas comunitarios? Previo a despejar esta y otras interrogantes, debe hacerse la salvedad de que no todas las respuestas aplican para todos los casos, esto obedece a que uno de ellos, La Voz de La Carpio, es bastante disímil a los otros dos proyectos investigados, Abriendo el surco y Voz de mujer.

Al hacerles la anterior pregunta, saltan al aire frases como: “es un espacio de participación de los pueblos”, “un derecho de expresión”, “la voz de un barrio”, “la única manera de que una comunidad *salga* a la luz pública”, “es lo que estamos haciendo con un lenguaje sencillo y con ética”, “es un espacio de participación de

los pueblos”, “el derecho a expresarse, a comunicar”, “somos lo que necesitan las personas de la región”.

Cabe señalar que los periodistas comunitarios hacen una diferenciación entre su práctica y el periodismo tradicional. Todos coinciden en afirmar que ambos son mundos aparte y que responden a intereses muy disímiles.

Aseguran que la diferencia estriba en que el principio de los grandes medios es lucrar y el de ellos no, y que la comunicación masiva no aborda lo que sucede en los barrios.

Para ellos el periodismo comunitario es compartir entre iguales, no un grupo pequeño siendo la voz de los demás, sino pares siendo una sola voz. Cuando se realiza periodismo comunitario, afirman, se produce un intercambio de comunicación horizontal.

“Los grandes medios quieren fortalecer el sistema político, económico, social que va en detrimento de la clase más pobre y que va a favorecer a una pequeña élite que quiere manejar todo al precio que sea, los medios alternativos queremos transmitir otra cosa, somos opuestos”, aseguró Yaneth Rojas, de Abriendo el surco.

Enid Chacón, de Voz de mujer, argumenta que mientras los medios nacionales tratan temas nacionales, los comunitarios abordan los locales, además, “en el mismo idioma que la gente de la zona habla”, lo que provoca que haya una audiencia muy específica a la cual le gusta el programa; esto genera una diversidad de oferta y, por ende, cierto grado de competencia.

Luego de esta breve conceptualización esbozada al inicio para contextualizar la posición de los protagonistas en torno al valor de su práctica, nos referiremos a la estructura organizacional de los proyectos de comunicación comunitaria.

La norma, al menos en los proyectos más consolidados, Voz de mujer y Abriendo el surco; es la organización en torno a una junta directiva que atiende los asuntos legales; no obstante, las decisiones atinentes al proceso informativo se toman de manera colegiada. En el caso de La Voz de La Carpio, el proyecto más joven, sí existe la figura de una directora y, organizacionalmente, por debajo de esta se encuentran los redactores; aunque en este caso las decisiones también se toman de manera consensuada.

En realidad se constituyen en organizaciones muy simples, sin jerarquías, desde el punto de vista práctico, la designación de puestos dentro del grupo se establece sobre todo para asuntos externos, a lo interno son grupos totalmente horizontales; sin embargo, en el caso de La Voz de La Carpio sí se denota cierto grado de jerarquía.

Ahondemos ahora en el proceso noticioso como tal, ¿cómo lo llevan a cabo los ciudadanos no titulados en periodismo?

En los tres casos se reúnen una vez al mes para planear la edición siguiente o los programas de todo el mes, en el caso de los programas de radio, hasta este punto, el procedimiento es igual en los tres grupos; en lo que sigue, hay diferencias entre los programas de radio y el periódico comunitario.

Para el caso de los programas de radio, en dicha reunión cada miembro propone, con base en la línea de acción y de pensamiento del grupo; los macrotemas o ideas que se abordarán, a partir de ahí el trabajo se organiza de

manera individual o en parejas, teniendo este subequipo autonomía de desarrollar libremente el tema de su interés sin necesidad de ser sometido a aprobación posterior por parte del grupo, dado que tienen muy claramente establecida su filosofía de grupo y los intereses que defienden; es decir, gozan de mucha autonomía a lo interno del grupo. Por tanto, esa reunión mensual sirve primordialmente para fijar los responsables de cada tarea de la siguiente edición.

Destaca el hecho de que ese planeamiento mensual es muy general y poco estructurado, no tienen un cronograma rígido de tareas por cumplir ni de temas por abordar, en el caso de los programas de radio no elaboran un guion para el programa; no obstante, tratan de documentarse lo suficiente para ofrecer una información veraz y sustentable. El formato es variado, a veces con invitados, otras veces emplean enlatados, realizan entrevistas. Desarrollan un solo tema por programa o varios.

En el caso del periódico, esa reunión sirve para hacer un primer esbozo de los temas a tratar, ahí la directora asigna las áreas en las que cada miembro trabajará, aunque los denominados redactores tienen potestad también de proponer temas de sus interés. Luego de esa primera reunión, los redactores se dedican a buscar la noticia y envían sus artículos a la redactora, cabe destacar que a la hora de realizar la entrevista, el grupo contaba con el financiamiento de una ONG, esta entidad los apoyaba con la contratación de un profesional en filología, diagramación y con el proceso de impresión. De modo tal, que la directora recibe los artículos, los remite al filólogo y se encarga de guiar la diagramación.

En cuanto a las características de este tipo de periodismo, sus protagonistas señalan las siguientes: autónomo, transparente, formador de identidad, fundamentado en cultura de vida, democrático, con sentido social, participativo e inclusivo.

En relación con las características o las cualidades, pero esta vez de los ejecutores, ellos señalan: mística, respeto por la comunidad y por el público, sentido de responsabilidad y compromiso, unión de grupo, comprensión, tolerancia, un alto deseo de servicio, empeño, amor, espíritu de colaboración, espíritu de lucha, voluntad y perseverancia.

Otro tema relevante en torno al periodismo comunitario que merece la pena reseñar y quizá la razón de ser de esta práctica, es su objetivo; es decir, el propósito que los ciudadanos comunes tienen al realizar este ejercicio. En todos los casos es la defensa o el fortalecimiento de su lucha, sean mujeres o el campesinado, o como en el caso de La Voz de La Carpio, la comunidad.

“Hay una necesidad, un compromiso con la comunidad, con la audiencia meta que son las mujeres de darles voz, a que ellas se pronuncien, denuncien, critiquen, debatan”, comenta Enid Chacón, de Voz de mujer.

“Para ayudar a las personas”, “por el deseo de superación personal”, “porque tenemos que ser escuchados por los demás”, “no solo lo que dice la prensa amarillista”, “es el único medio por el cual las personas pueden decir lo que necesitan”, “para influir en los jóvenes y que piensen que pueden estar en este tipo de proyectos”. Estos son algunos de los argumentos que esbozan los periodistas comunitarios en relación con las razones que los motivan a realizar dicha práctica.

Otra razón de los comunicadores es la oportunidad que ven en este ejercicio de fortalecer la identidad de la comunidad o el gremio que representan.

“Concretar la oportunidad que tenemos los campesinos y la población pobre de expresarnos. Nosotros no tenemos espacios en los grandes medios de

comunicación y aquí podemos expresarnos como sector, decir qué nos aqueja, qué hemos logrado y qué cosas estamos haciendo”, arguyó Yaneth Rojas.

Otros propósitos que señalan los protagonistas son: denunciar y formar un criterio de los hechos que ocurren en el país y de porqué están pasado.

El periodismo comunitario, sin duda, ofrece un aporte social como producto de su práctica, de hecho se deduce con base en su objetivo, que se realiza con un fin meramente social. Entre sus aportes destacan: mostrar lo positivo y desconocido de las comunidades o de un tema, crear conciencia tanto en la población local, como a nivel nacional, sensibilizar a la comunidad en temas de trascendencia para el país, el fortalecimiento de la cultura, coadyuvar a la organización de mujeres, grupos o comunidades, impulso para que sectores específicos como mujeres se superen en diferentes ámbitos, la promoción de la movilización de grupos y sectores específicos, aumentar la autoestima de las personas y lucha por la independencia individual.

Finalmente, hay que anotar que, como toda práctica comunicacional, esta presenta fortalezas y limitaciones. Ellos enlistan como limitaciones las que a continuación se muestran: falta de credibilidad de las comunidades, sacrificio personal y familiar, falta de capacitación, falta de interés de las personas en el bienestar de su comunidad, desconocimiento del medio de comunicación, miedo, por parte de los habitantes de una comunidad a dar a conocer sus ideales, lo que se traduce en poca participación, escasos recursos económicos, falta de recurso y críticas sociales.

Destaca que señalaron como principal fortaleza las cualidades y actitud de las personas que realizan periodismo comunitario, ahí radica en gran medida el éxito, aseguraron. También indicaron empeño, amor, deseo de colaborar,

espíritu de lucha, voluntad, compromiso, la perseverancia, la actitud y la convicción de que cada tema le sirve a alguien.

Por otra parte, señalaron la existencia de una instancia que asuma ciertos costos de producción como tiraje o emisión, según sea el caso. Otro factor fundamental que se requiere para el éxito es la fidelidad de la audiencia.

Además, tener la convicción firme de que cada tema le sirve a alguien, hermandad y confianza entre el grupo y pensar en colectivo por encima de lo individual.

Algunas de las limitaciones que presenta esta práctica son: falta de credibilidad de las comunidades, sacrificio personal y familiar, poca capacitación, desinterés de las personas en el bienestar de su comunidad, miedo por parte de los habitantes de una comunidad a dar a conocer sus ideales, poca participación, escasos recursos económicos y críticas sociales.

El proyecto más joven debe superar limitantes adicionales; a saber: lograr la sostenibilidad económica del medio, mejorar la redacción de artículos, cumplir el cronograma de producción, entre otros.

El periodismo comunitario también presenta una serie de fortalezas; por ejemplo: el empeño de sus miembros, el espíritu de lucha, la voluntad, el compromiso, la perseverancia y la vocación de sus miembros.

Al tratarse de un tipo de comunicación alternativa que no cuenta con financiamiento, requiere de una serie de factores para su subsistencia, algunos de ellos son: fidelidad del público, la pasión que le imprime la gente que hace

periodismo comunitario, que sus integrantes se alineen a los objetivos, misión y visión del proyecto, la participación de una instancia externa que asuma ciertos costos de producción como tiraje o emisión, según sea el caso, que sus miembros piensen en colectivo por encima de lo individual, la actitud y la convicción de que cada tema le sirve a alguien.

A mi juicio podría aseverar que existe periodismo comunitario en Costa Rica. Desde la perspectiva de la participación ciudadana los casos se cuentan por cientos; no obstante, desde la perspectiva estricta del periodismo comunitario, no todos esos ejemplos se enmarcan dentro de esta práctica.

Lo cierto es que existe gente manifestándose, haciendo suya la palabra, cambiando su entorno, movilizándolo y tratando de llevar esta práctica a otros con la firme convicción de que su ejercicio logra transformar la realidad de sus pueblos.

Este tipo de periodismo implica sensibilizar a los miembros de la misma comunidad de lo que valen y de lo que pueden alcanzar si se lo proponen, este propósito se sitúa por encima de un fin lucrativo.

Los grupos ejecutores tienen interiorizada una autonomía de funcionamiento muy arraigada que no debe vulnerarse; no obstante, requieren de capacitación en temas específicos, que no necesariamente son los mismos en todos los casos.

El éxito del periodismo comunitario y de la comunicación comunitaria radica en gran medida en las cualidades y actitud de las personas que lo realizan. Y la continuidad de su práctica dependerá de esas voluntades, pero vale la pena potenciar desde la academia y desde otras organizaciones ese ejercicio pues

todo converge, o así debe ser, en el fortalecimiento de la democracia participativa.

# **CAPÍTULO V**

## **CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1 Conclusiones**

Aunque desde ya hace varios años los ciudadanos costarricenses se han aventurado en el ejercicio del periodismo comunitario, se puede afirmar, debido al estado y la cantidad de proyectos, que Costa Rica tiene una experiencia insipiente y bastante reciente en relación con otros países latinoamericanos donde estos procesos están más desarrollados, consolidados y se presentan en mayor cantidad.

- El nacimiento en Costa Rica del periodismo comunitario se ubica en la segunda mitad del siglo XX.
- Las emisoras locales, particularmente, las de la Iglesia, provocaron una forma de hacer radio en Costa Rica más participativa.
- El periodismo comunitario en Costa Rica tuvo influencia de las radios de Nicaragua, Guatemala y otros países centroamericanos.
- Las radios de la Iglesia, las radios del ICER y la fundación Voces Nuestras han tenido una gran influencia sobre el periodismo comunitario.
- En Costa Rica, se realiza periodismo comunitario en menor medida, que la comunicación comunitaria que se ejecuta -expresiones culturales, de opinión, programas de tertulias acerca de temas específicos, entre otros.

- No todo lo local es comunitario, porque en muchos casos los proyectos de comunicación locales funcionan como repetidoras o reproductoras de enlatados.
- Los protagonistas del periodismo comunitario lo definen como un espacio de participación de los pueblos, un derecho de expresión.
- El éxito del periodismo comunitario radica en gran medida en las cualidades y la actitud de las personas que lo realizan.
- Los expertos destacan el efecto democratizador de la práctica.
- En todos los casos investigados, el objetivo de realizar periodismo comunitario es la defensa o el fortalecimiento del gremio o comunidad que representan.
- El periodismo comunitario se caracteriza por no tener línea editorial, usar lenguaje sencillo, ser neutral, hacer énfasis en lo cercano por encima de lo nacional, ser participativo, inclusivo y popular, ser autónomo, transparente, formador de identidad, estar fundamentado en cultura de vida, ser democrático, tener sentido social.
- Sus ejecutores ha de tener cualidades como mística; amor y respeto por la comunidad y por el público; sentido de responsabilidad, compromiso, tolerancia, un alto deseo de servicio, empeño, espíritu de colaboración y de lucha, voluntad y perseverancia.

- Algunos aportes que esta práctica brinda a la sociedad son: muestra lo positivo y desconocido de las comunidades o de un tema; crea conciencia, sensibiliza a la comunidad en temas de trascendencia para el país; fortalece la cultura; coadyuva en la organización y movilización de grupos o comunidades, aumenta la autoestima de las personas que lo ejercen y lucha por la independencia individual.
- El periodismo comunitario se diferencia del tradicional, entre otros temas, porque aborda los tópicos trascendentales para lo local, no tiene un peso tan importante del tema comercial, no es una industria, es un periodismo artesanal.
- Por lo general, los proyectos están organizados mediante una junta directiva que atiende los asuntos legales; no obstante, las decisiones atinentes al proceso informativo las toman de manera colegiada. También existe la organización en torno a la figura de director del medio, aunque en este caso también se consensuan las decisiones.
- El trabajo a lo interno del grupo se lleva a cabo de manera autónoma.
- Se reúnen mensualmente para organizar las emisiones; cada miembro tiene la potestad de proponer y desarrollar la materia de su interés sin necesidad de ser sometido a aprobación posterior por parte del grupo.
- No tienen un cronograma rígido de tareas por cumplir ni de temas por abordar, en el caso de los programas de radio no tienen guion.

- Algunas de las limitaciones que presenta esta práctica son: falta de credibilidad de las comunidades, sacrificio personal y familiar, poca capacitación, desinterés de las personas en el bienestar de su comunidad, temor de los habitantes de una comunidad de dar a conocer sus ideales, poca participación, escasos recursos económicos y críticas sociales.
- El proyecto más joven, debe superar limitantes adicionales, a saber: lograr la sostenibilidad económica del medio, mejorar la redacción de artículos, cumplir el cronograma de producción, entre otros.
- Se requiere o facilita la práctica del periodismo comunitario, la existencia de una estructura o instancia, entiéndase medio de salida, cuya inversión económica no corra por cuenta del grupo de periodistas comunitarios.
- Algunas de sus fortalezas son el empeño de sus miembros, el espíritu de lucha, la voluntad, el compromiso, la perseverancia y la vocación de sus miembros.
- Al no contar con financiamiento, esta práctica depende de algunos factores para su subsistencia; por ejemplo, fidelidad del público, la pasión de los periodistas comunitarios, que sus integrantes se alineen a los objetivos, misión y visión del proyecto, que sus miembros piensen en colectivo por encima de lo individual.
- Su autonomía de funcionamiento no debe vulnerarse.

- Requieren capacitación en temas específicos, que no necesariamente son los mismos en todos los casos.
- Tienen un gran sentido de responsabilidad en cuanto a la veracidad y objetividad de los temas que abordan, no así en cuanto a la neutralidad.

## **5.2 Recomendaciones**

- Realizar un mapeo nacional de proyectos de periodismo comunitario para conocer más ampliamente el estado de esta práctica en Costa Rica.
- Generar una red de periodistas comunitarios para el intercambio de experiencias.
- Sistematizar las experiencias exitosas de periodismo comunitario para que sirva de guía a otras experiencias nacientes.
- Que los proyectos de periodismo comunitario realicen campañas de divulgación de sus proyectos para lograr la atracción de nuevos miembros.
- Los proyectos deben elaborar un plan de sostenibilidad económica.
- Elaborar un plan de capacitación según las necesidades que presenta cada proyecto.

- Propiciar la participación de una instancia externa que asuma ciertos costos de producción ya sea de tiraje o de emisión.
- Que los periodistas comunitarios concienticen acerca del valor de la noticia y de cómo estos medios pueden ser generadores de opinión.
- Propiciar un encuentro anual de periodistas comunitarios para realizar intercambio de experiencias y ofrecer capacitación.
- Producir una especie de manual de periodismo comunitario que sirva como guía para crear nuevos proyectos para este tipo de periodismo.
- Indagar sobre la posibilidad de que los ayuntamientos coadyuven en la apertura de un proyecto de periodismo comunitario en cada municipio.
- Propiciar que los proyectos reciban recursos públicos como partidas específicas para contribuir al desarrollo de las iniciativas, con el fin de lograr la sostenibilidad económica de los proyectos.
- Lograr el involucramiento de universidades por medio de sus programas de extensión para el fortalecimiento del periodismo comunitario.
- Generar una red de voluntarios profesionales en distintos campos para que brinden capacitación y asesoría a los proyectos.
- Realizar otras investigaciones de mayor profundidad para conocer otros aspectos de esta práctica; por ejemplo, el alto grado de participación de las mujeres en esta práctica.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Abatedaga, N. (2008). *Comunicación epistemologías y metodologías para planificar por consensos*. I Edición. Brujas, Argentina.

Aldanante, Ana Francisca; Lecaros María José. (1989) *Géneros Periodísticos Chile*. Pontificia Universidad Católica de Chile. Chile.

Amarante, S. Vicepresidente del Centro de Periodismo Comunitario. Entrevista En La Habana, Cuba, año 2007.

Aragónés, P. (2000) *Empresa y Medios de Comunicación*. Gestión 2000. Barcelona, España.

Arce, M. (1963) *Sociología y desarrollo local*. Serie Textos y Materiales N° 9 de la Organización de las Naciones Unidas. Costa Rica.

Barrantes, R. (2008). *Investigación: un camino al camino al conocimiento, un enfoque cualitativo y cuantitativo*. 14 reimp. I ed. EUNED, Costa Rica.

Chavarría, L. (2011) Viabilidad de un periódico. Trabajo Final de Graduación. Universidad Estatal a Distancia.

Consuegra, J. (2006) *Diccionario de periodismo, publicaciones y medios*. España.

Daena (2009). *International Journal of Good Conscience*. pp.179-193.

Delanty, G. (2006) *Community: comunidad, educación ambiental y ciudadana*. I Edición, Grao. Barcelona, España.

Díaz, E.; Poleo, R.; Villegas, V.; Zago, A.; Izarra, A.; Abreu Sojo, I.; Bisbal, M. (2002) *Chávez y los medios de comunicación social*. I Edición. Editorial Melvin, Venezuela.

Entel, A. (1997). *Periodistas: entre el protagonismo y el riesgo*. Paidós, México.

Fonseca, Ma. del Socorro. (2005) *Comunicación Oral. Fundamentos y práctica estratégica*. Pearson Education, II Edición. México.

Guillén, A., K. Sáenz, M.H. Badii y J. Castillo (s.f.) *Origen, espacio y niveles de participación ciudadana*. Recuperado de <http://www.ehu.es/zer/zer3/1artwolf.htm>.

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2008). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill. México.

Hidalgo, E. (2005) *Medios o democracia: la influencia de los medios de comunicación sobre la división de poderes*. I Edición. Argentina: Colihue.

Informe Desarrollo Humano en Chile (2000) *Más sociedad para gobernar el futuro*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. pp. 198 – 199.

Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. I Edición. España: De la Torre.

López-García, X. Otero-López M. (2007). *La consolidación de la voz del ciudadano*. Netbiblo España.

López, R; Fernández, F.; Durán, M. (2002) *La Prensa Local y la Prensa gratuita*. Castelló de la Plana: Publicaciones de la Universitat Jaume I, D.L. Memoria del I Congreso de Comunicación Local, Castelló, celebrado en noviembre, 2001.

Masbernat, N. (1999). *La ciudadanía a nivel local. Proyecto Estado y generación de espacios democráticos*. Recuperado de: <http://www.capp.uchile.cl/espdem/ciudadnivellocal>. Masbernat Nancy. óp. cit. p.5.

Martínez de Souza, J. (1992) *Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo*. 2da. Edición. Paraninfo Madrid, España.

Martini, S. (2000) *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Editorial Norma, Bogotá, Colombia.

Mariñez, F. (2009) *Compromiso ciudadano*. Fondo Editorial de Nuevo León, México.

McCombs, M. (2004) *Estableciendo la agenda*. Plity Press, Cambridge, Reino Unido.

McQuail, D. (2000) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, España.

Merino, M. (1996). *La participación Ciudadana en la Democracia*. Ilpes, CEPAL, Quito, Ecuador.

Miralles, A. (2004). *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. I Edición. Cargraphics. Colombia.

Murciano, M. (2010) *La prensa y la cooperación internacional: cobertura de la cooperación para el desarrollo en nueve diarios europeos*. Editorial Comunicación Social S.C. Sevilla, España.

Norbert, B. (2006). *Comunicación mundial*. I edición. Argentina: Katz.

Oakley, P. (1991). *Projects with People. The practice of participation in rural development*. International Labour Office. London, UK.

Pena de Olivera, F. (2009). *Teoría del periodismo*. I edición. Recuperado de [http://books.google.co.cr/books?id=CRUcMrdaTXoC&pg=PA196&dq=qu%C3%A9+es+el+periodismo+comunitario&hl=es&ei=srKHTpPSIYTogQev1OD5Cg&sa=X&oi=book\\_result&ct=bookpreviewlink&resnum=1&ved=0CC0QuwUwAA#v=onepage&q=qu%C3%A9%20es%20el%20periodismo%20comunitario&f=false](http://books.google.co.cr/books?id=CRUcMrdaTXoC&pg=PA196&dq=qu%C3%A9+es+el+periodismo+comunitario&hl=es&ei=srKHTpPSIYTogQev1OD5Cg&sa=X&oi=book_result&ct=bookpreviewlink&resnum=1&ved=0CC0QuwUwAA#v=onepage&q=qu%C3%A9%20es%20el%20periodismo%20comunitario&f=false)

Pradilla, V. (1998). *La Declaración Universal de los Derechos Humanos*. España: Icaria.

Renis, D. (2002) *Los derechos de la información y la comunicación*. Ediciones Jurídicas Gustavo Ibáñez. Colombia

Renis, D. (2003) *Medios de Información y Comunicación*. Pontificia Universidad Javeriana, Colombia.

Rodrigo, M. (2001) *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. Publicaciones de la Universitat Jaume I, Barcelona, España.

Rodrigo, M. (2005) *La construcción de la noticia*. Paidós Ibérica, Barcelona, España.

Sabés, F.; Verón, J.V. (2009) *La eficacia de lo sencillo: introducción a la práctica del periodismo*. I Edición de la versión electrónica. España. [www.congresoperiodismo.com](http://www.congresoperiodismo.com)

Sánchez-Taberner, A. (2008) *Los contenidos de los medios de comunicación*. Ediciones Deusto. Barcelona, España.

Sexto L. MinCI, *Taller de Periodismo Comunitario sitio del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información*. Tomado de [http://www.minci.gob.ve/noticias/1/180885/minci\\_dicta\\_taller.html](http://www.minci.gob.ve/noticias/1/180885/minci_dicta_taller.html)

Trevignani, V. (2004) *La construcción de comunidad como utopía y distopía*. Plaza y Valdes, S.A. México.

Savater, F. (2007) *Diccionario del ciudadano sin miedo a saber*. Ariel, I Edición. Barcelona, España.

Valenzuela, M.; Terrazas, M; Ríos, W. (2003) *Los abusos de la libertad de prensa y la agonía de la intimidad*. Fundación PIEB, La Paz, Bolivia.

Vásquez, M. (2006). *Noticias a la carta*. Comunicación social SC. Sevilla, España.

Vega, H. (2011). *Costa Rica frente a la digitalización de la T.V., situación, antecedentes y futuro*. Conferencia, Colegio de Periodistas de Costa Rica.

Villarreal, A. (1994) *Antología de principios de comunicación rural*. Costa Rica: EUNED. Tomado de [icesociales.edu.ar/alumnos/.../FICHA-DE-CTEDRA-Gatekeepers.doc](http://icesociales.edu.ar/alumnos/.../FICHA-DE-CTEDRA-Gatekeepers.doc)

Zicardi, A. (1997). *Metodología de Evaluación del Desempeño de los gobiernos locales en ciudades mexicanas*. IISUNAM, México.

Cubillo Burgos, R. (2012, abril 10). [Entrevista personal]

León, L. (2012, abril 10). [Entrevista personal]

Vallejo Cordero, Rohanny. (2012, abril 10). [Entrevista personal]

Heraida González, H; Chacón Méndez E; Orozco K; Murillo Rivera Y; Campos M; Rodríguez R. (2012, julio 20). [Entrevista personal]

Coronado, Y. (2012, julio 21). [Entrevista personal]

Cruz Espinoza, K; Valverde Miranda, P; Camareno Chavarría, J; Camareno Eras, S; Sandino Vanegas G; Sandino Vanegas N. (2012, julio 4). [Entrevista personal]

# **ANEXOS**

## **ANEXOS**

Anexo A: Cuestionario entrevista experto N°1

**Nombre:**

**Profesión:**

**Cargo:**

**Institución:**

1. **Relate su experiencia en relación con el periodismo comunitario.**
2. **¿Existe periodismo comunitario en Costa Rica?**
3. **¿Cómo caracterizaría entonces lo que la población de las regiones escucha de sus emisoras locales?**
4. **¿Qué es periodismo comunitario?**
5. **¿Cuándo nació el periodismo comunitario en Costa Rica?**
6. **¿El periodismo tiene que ver con democratización?**
7. **¿Qué características posee?**
8. **¿Qué diferencia al periodismo comunitario del periodismo tradicional?**
9. **¿En qué consiste el proyecto Voces Nuestras?**
10. **¿Representa alguna inversión económica para quienes reciben la capacitación?**
11. **¿Cuáles son los objetivos de la organización?**
12. **¿Con base en cuáles objetivos se creó?**
13. **¿Cómo se financia actualmente este proyecto?**
14. **¿Cómo es su estructura organizacional?**
15. **¿Usted catalogaría este proyecto como periodismo comunitario?**
16. **Volviendo a los grupos que capacita. ¿Qué sucede después de la capacitación, hay un acompañamiento?**
17. **¿Cuánto dura la capacitación?**
18. **Desde su perspectiva, ¿cuáles son los casos de periodismo comunitario más éxitos en costa Rica?**
19. **¿Qué cree que ha incidido en ese éxito?**

Anexo B: Cuestionario entrevista experto N°2

**Nombre:**

**Profesión:**

**Cargo:**

**Institución:**

1. **Relate su experiencia en relación con el periodismo comunitario.**
2. **¿Existe periodismo comunitario en Costa Rica?**
3. **¿Qué es periodismo comunitario?**
4. **¿Qué otras denominaciones se le da a esta práctica?**
5. **¿Cuándo nació el periodismo comunitario en Costa Rica?**
6. **¿Cuál es la función que cumple?**
7. **¿El periodismo tiene que ver con democratización?**
8. **¿Qué características posee?**
9. **¿Qué diferencia al periodismo comunitario del periodismo tradicional?**
10. **¿En qué consiste el proyecto de emisoras culturales del ICER?**
11. **¿Cómo se financian actualmente estas emisoras?**
12. **¿Cómo es su estructura organizacional?**
13. **¿Usted las catalogaría como periodismo comunitario?**
14. **¿Está estipulado que un porcentaje de programación esté a disposición de la comunidad para que ellos la administren y produzcan los programas de su interés con total autonomía?**
15. **Desde su perspectiva ¿cuáles son los casos de periodismo comunitario más éxitos en costa Rica?**
16. **¿En qué ha incidido ese éxito?**

Anexo C: Cuestionario entrevista experto N°3

**Nombre:**

**Profesión:**

**Cargo:**

**Institución:**

1. **Relate su experiencia en relación con el periodismo comunitario.**
2. **¿Existe periodismo comunitario en Costa Rica?**
3. **¿Qué es periodismo comunitario?**
4. **¿Qué otras denominaciones se le da a esta práctica?**
5. **¿Cuándo media pauta en un proyecto de periodismo, desde lo rural se puede decir que es comunitario?**
6. **¿Hace usted alguna diferenciación entre al periodismo comunitario que ejercen ciudadanos no periodistas y periodistas titulados?**
7. **¿Cuándo nació el periodismo comunitario en Costa Rica?**
8. **¿Cuál es la función que cumple?**
9. **¿El periodismo tiene que ver con democratización?**
10. **¿Qué características posee?**
11. **¿Qué diferencia al periodismo comunitario del periodismo tradicional?**
12. **¿Usted cataloga las emisoras del ICER como periodismo comunitario?**
13. **Desde su perspectiva, ¿cuáles son los casos de periodismo comunitario más éxitos en costa Rica?**
14. **¿En qué ha incidido ese éxito?**

**Anexo D: Cuestionario entrevista periodistas comunitarios N°1**

**Nombre del proyecto:**

**Género:**

**Encargado:**

**Ocupación:**

**Medio de salida:**

**Lugar:**

**Personas entrevistadas:**

1. **Describa ampliamente el proyecto en el cual usted participa (historia, fecha de creación, periodicidad, medio de salida, financiamiento)**
2. **¿Cuál es la estructura organizacional del proyecto?**
3. **¿Cómo se lleva a cabo el proceso informativo?**
4. **¿Cuántas personas participan y cuáles son sus ocupaciones?**
5. **¿Cómo definen el periodismo comunitario?**
6. **¿Qué características tiene el periodismo comunitario?**
7. **¿Cuál es el objetivo que tienen al realizar este trabajo?**
8. **¿Cuál es el aporte de su trabajo a la sociedad?**
9. **¿Qué limitantes tienen para realizarlo? Económicas, sociales, políticas, ¿por qué? Otras.**
10. **¿Cuáles son los temas que abordan?**
11. **¿Cómo los seleccionan?**
12. **¿Gozan de autonomía?**
13. **El periodismo tradicional y el comunitario, ¿compiten, se complementan o son mundos aparte?**
14. **¿En qué temas considera requieren capacitación?**
15. **¿Qué características deben existir para que persista un proyecto de esta naturaleza?**

Anexo E: Cuestionario entrevista periodistas comunitarios N°2

**Nombre del proyecto:**

**Género:**

**Encargado:**

**Ocupación:**

**Medio de salida:**

**Lugar:**

**Personas entrevistadas:**

1. **Describa ampliamente el proyecto en el cual usted participa (historia, fecha de creación, periodicidad, medio de salida, financiamiento).**
2. **¿Cuál es la principal o las principales características de este proyecto?**
3. **¿Cuál es la estructura organizacional del proyecto?**
4. **¿Cómo se lleva a cabo el proceso informativo?**
5. **¿Cuántas personas participan y cuáles son sus ocupaciones?**
6. **¿Cómo definen el periodismo comunitario?**
7. **¿Cuál es el objetivo que tienen al realizar este trabajo?**
8. **¿Cuál es el aporte de su trabajo a la sociedad?**
9. **¿Qué características tiene el periodismo comunitario?**
10. **¿Qué limitantes tienen para realizarlo? Económicas, sociales, políticas ¿porqué? Otras.**
11. **¿Cuáles son los temas que abordan?**
12. **¿Cómo los seleccionan?**
13. **El periodismo tradicional y el comunitario ¿compiten, se complementan o son mundos aparte?**
14. **¿Han recibido algún tipo de capacitación, con qué entidad, con qué regularidad?**
15. **¿En qué temas consideran requieren capacitación?**

Anexo F: Cuestionario entrevista periodistas comunitarios N°3

**Nombre del proyecto:**

**Género:**

**Encargado:**

**Ocupación:**

**Medio de salida:**

**Lugar:**

**Personas entrevistadas:**

- 1- **Describa ampliamente el proyecto en el cual usted participa (historia, fecha de creación, periodicidad, medio de salida, financiamiento).**
- 2- **¿Cuál es la estructura organizacional del proyecto?**
- 3- **¿Cómo se lleva a cabo el proceso informativo?**
- 4- **¿Cuántas personas participan y cuáles son sus ocupaciones?**
- 5- **¿Cómo definen el periodismo comunitario?**
- 6- **¿Qué características tiene el periodismo comunitario?**
- 7- **¿Cuál es el objetivo que tienen al realizar este trabajo?**
- 8- **¿Cuál es la misión de Abriendo el surco?**
- 9- **¿Cuál es el aporte de su trabajo a la sociedad?**
- 10- **¿Qué limitantes tienen para realizarlo? Económicas, sociales, políticas ¿porqué? Otras**
- 11- **¿Cuáles son los temas que abordan?**
- 12- **El periodismo tradicional y el comunitario ¿compiten, se complementan o son mundos aparte?**
- 13- **¿Han recibido algún tipo de capacitación, con qué entidad, con qué regularidad? ¿En qué temas requieren más capacitación?**
- 14- **¿Qué factores han hecho posible que este programa persista por tantos años?**