

UNIVERSIDAD ESTATAL A DISTANCIA  
VICERRECTORÍA ACADÉMICA  
SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL CON APOYO DE TIC:  
CASO DE LA ASOCIACIÓN DE GUÍAS LOCALES TURI-ARVA,  
COMUNIDAD DE SANTA CRUZ DE TURRIALBA**

Proyecto de Graduación sometido a la consideración  
del Tribunal Examinador del Programa de Maestría en Administración  
de Medios de Comunicación con énfasis en  
Tecnologías de Información y Comunicación

Magíster  
por:  
Olga Durán Monge

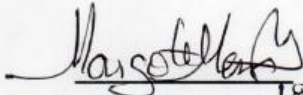
San José, Costa Rica  
2014

## ACTA DE PRESENTACIÓN DE TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN ACTA N° 08-2014

Sesión del Tribunal Examinador, celebrada el miércoles 23 de julio del 2014, con el objeto de recibir el informe oral de la estudiante **Olga María Duran Monge**, cédula **108120511**, quien se acoge al Reglamento del Sistema de Estudios de Posgrado, bajo la modalidad de Trabajo Final de Graduación 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 de Carrera  
(Quien Preside)

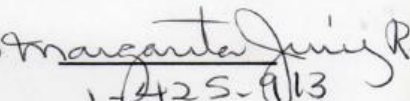
Máster Margoth Mena Young



1070804

Representante  
Decano  
Sistema de Estudios de Posgrado

Máster Margarita Jiménez Romero



1-2425-913

Representante  
Director  
Escuela de Ciencias de la Administración

Máster Mauricio Largaespada Umaña



1-876-918

Director de TFG

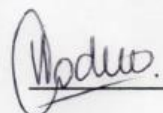
Máster Harold Hütt Herrera



1-876-922

Lectora

Máster Nadja Dodero Cob



1757254

### ARTÍCULO 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 proceda a realizar la exposición.

### ARTÍCULO 2

La postulante hace la exposición de su trabajo titulado: **"Comunicación para el Cambio Social con apoyo de TIC: Caso de la Asociación de Guías Locales Turi-Arva comunidad de Santa Cruz de Turrialba"**.

### ARTÍCULO 3

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

### ARTÍCULO 4

El Tribunal le confiere al trabajo la calificación de:

Aprobado ( ) No Aprobado ( ) Aprobado con distinción (X)

Recomienda además \_\_\_\_\_

### ARTÍCULO 5

La presidenta del tribunal comunica a la postulante 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 convocada. Se da lectura al acta que firman los miembros del tribunal y la postulante a las 11:45 horas.

Postulante: \_\_\_\_\_



Cédula: 1-812-511

## **Dedicatoria**

A Dios Padre-Madre, el de todos los colores, que me inspira y da la fortaleza para seguir caminando.

A mis padres Amparito y Víctor Manuel, gracias por el don de la vida, por su cariño y motivación.

A Manuel Enrique y Zeidy, mis compañeros de camino, mis hermanos y amigos incondicionales.

A Jorge Elías, poeta, amigo y compañero de utopías, gracias por motivarme y acompañarme.

A Lorenzo, mi sobrino, el milagro y regalo más hermoso que está por llegar, te esperamos.

## **Agradecimientos**

Un reconocimiento a los y las jóvenes que conforman la Asociación de Guías Locales Turrialba por la oportunidad y compromiso constante para desarrollar este trabajo participativo con su organización. Gracias por este espacio de aprendizaje colectivo.

A mi Director de Tesis, Lic. Harold Hütt Herrera, M.B.A., a mis lectoras: Máster NadjaDoderoCob y M.Sc. Yeimy Cedeño Solís, por su respaldo, motivación y su paciencia en este proceso de acompañamiento. A Margot Mena Young, Coordinadora de la Maestría por su disposición y apoyo.

A los expertos que estuvieron anuentes a compartir su experiencia y aprendizajes en procesos de comunicación con organizaciones locales: Yesenia Salazar, Felipe Carazo, Lilliana León, Sandra Salazar y Mildred Jiménez.

A los representantes de la comunidad de Santa Cruz y centro de Turrialba, que con sus aportes y comentarios enriquecieron este proceso. A Reina Sánchez, funcionaria del Parque Nacional Volcán Turrialba por su apoyo.

A Jorge Segura y Andrea Amighetti, por su valioso aporte en el proceso de validación.

A Iraidá Fuentes, gracias por su colaboración.

A mis compañeras de maestría, Johanna Rodríguez y Alejandra Fernández por su colaboración y trabajo en equipo durante nuestra experiencia académica.

A mi familia, por su acompañamiento de siempre, por motivarme a creer que sí se puede.

## Tabla de contenidos

Acta .....	ii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimientos .....	v
Tabla de contenidos .....	vi
Lista de tablas.....	xii
Lista de figuras .....	xiii
Lista de abreviaturas.....	xiv
Resumen .....	1
Abstract .....	3
Capítulo I. Planteamiento de la investigación.....	5
1.1 Introducción .....	5
1.2 Justificación .....	5
1.3 Enunciado del problema .....	7
1.4 Objetivo general y específicos .....	9
1.4.1 Objetivo general.....	9
1.4.2 Objetivos específicos .....	9
1.5 Delimitación del problema .....	10
1.5.1 Alcances de la investigación .....	10
1.5.2 Limitaciones de la investigación .....	12
Capítulo II. Marco Referencial.....	13
2.1 Estado de la cuestión .....	13
2.1.1 Comunicación para el cambio social y nuevas tecnologías.....	13
2.1.2 Iniciativas ambientales y coordinación institucional.....	16
2.1.3 Comunicación para el cambio social, actores sociales y contexto comunal .....	16

2.1.4 Comunicación y ambiente .....	19
2.1.5 Investigaciones del posgrado de Administración de Medios de Comunicación, UNED .....	20
2.2 Marco teórico .....	21
2.2.1 Desarrollo desde una concepción local y participativa .....	22
2.2.2 Comunicación popular y comunicación alternativa .....	22
2.2.3 Comunicación para el desarrollo .....	24
2.2.4 Comunicación para el cambio social .....	26
2.2.5 Educación popular: Una herramienta de la comunicación para el cambio social.....	29
2.2.6 Participación .....	30
2.2.7 Tecnologías y comunicación para el cambio social.....	31
2.2.8 Los objetivos del desarrollo del milenio y los procesos de comunicación participativos ...	32
2.3 Marco situacional.....	33
2.3.1 Asociación de Guías LocalesTuri-arva .....	34
2.4 Marco legal o normativo.....	36
Capítulo III. Metodología .....	38
3.1 Tipo de investigación .....	38
3.2 Fuentes de información.....	41
3.3 Sujetos de información.....	41
3.4 Métodos de recolección de la información .....	43
3.4.1 Técnicas cualitativas propuestas. ....	43
3.4.2 Muestra.....	49
3.5 Identificación de categorías .....	50
3.6 Procesamiento y análisis de la información.....	54
Capítulo IV. Definición de modelo de comunicación para el cambio social recomendado para el contexto de la Asociación Turi-arva .....	57
4.1 Breve descripción de los paradigmas del desarrollo .....	57

4.2 Definiendo un modelo de comunicación .....	59
Capítulo V. Análisis de resultados.....	64
5.1 Experiencias de comunicación participativa y de cambio social que desarrollan algunas organizaciones involucradas en temas de participación socioambiental .....	64
5.1.1 Síntesis de las personas entrevistadas y sus organizaciones .....	65
5.1.2 Importancia de la comunicación en la organización .....	66
5.1.3 Actores sociales y organizaciones locales .....	67
5.1.4 Conceptualizando comunicación para el cambio social y comunicación participativa .....	69
5.1.5 Proyectos que ha desarrollado relacionados con comunicación para el cambio social y comunicación participativa .....	69
5.1.6 Organizaciones y tecnologías de información y comunicación. ....	76
5.1.7 Principales limitaciones que se han encontrado en las organizaciones locales.....	77
5.1.8 Necesidad de contar con una comunicación estratégica.....	78
5.1.9 Contexto social .....	79
5.1.10 Grupos de interés .....	79
5.2 Diagnóstico de necesidades de comunicación para la Asociación de Guías Locales Turi-Arva.....	81
5.2.1 Diagnóstico FODA .....	82
5.2.2 Mapeo de actores de la Asociación de Guías Locales Turi-arva.....	87
5.2.3 Mecanismos de comunicación utilizados en la Asociación Turi-arva.....	93
5.2.4 Percepción de la comunidad.....	98
5.3 Revisión sitio web de la organización .....	105
5.4 Revisión de la planificación estratégica de Turi-arva.....	110
Capítulo VI. Construyendo una propuesta de comunicación para la Asociación Turi-arva .....	114
6.1 Primer momento: Elaborando nuestro diagnóstico de comunicación .....	115
Actividad 6.1.1: Elaboremos nuestro FODA .....	116



Actividad 6.1.2: Hagamos el mapa de la comunidad.....	118
Actividad 6.1.3: Identificando nuestros mecanismos de comunicación .....	119
6.2 Segundo momento: Identificando nuestros actores y aliados estratégicos.....	120
Actividad 6.2.1: Elaborando nuestro mapeo de actores: ¿Con quiénes nos relacionamos como organización? .....	120
6.3 Tercer momento: Revisando nuestro mapa de ruta .....	122
Actividad 6.3.1: Taller de planificación estratégica.....	123
6.4 Cuarto momento: Construyendo nuestro concepto de comunicación.....	126
Actividad 6.4.1: Taller “Conceptualicemos comunicación para la Asociación Turi-arva” .....	126
6.5 Quinto momento: Construyendo nuestra propuesta de comunicación.....	128
6.5.1 Definición de objetivos para el plan de comunicación .....	128
6.5.2 Grupos meta prioritarios.....	129
6.5.3 Plan de comunicación .....	129
Objetivo 1 .....	129
Actividad 1.1: Coordinación de procesos de capacitación con enfoque de aprender haciendo.....	130
Actividad 1.2: Elaboración de manual de inducción para la Asociación Turi-arva.. .....	132
Objetivo 2 .....	133
Actividad 2.1: Dialogando con Turi-arva.....	133
Actividad 2.2: Turi-arva informa. Pizarrón informativo en un sitio estratégico de la comunidad .....	136
Actividad 2.3: Intercambios Turi-arva.....	138
Actividad 2.4: Diseño de material impreso a grupos meta prioritarios para fortalecer la gestión de la Asociación Turi-arva y el desarrollo de iniciativas locales en Santa Cruz de Turrialba ....	140
Actividad 2.5: Participación en exhibiciones y otros eventos.....	142
Estrategias de comunicación vinculadas con el uso de TIC .....	143

Actividad 2.6 : Elaboremos nuestra base de datos sobre las tecnologías que utilizan los actores locales que son estratégicos para la Asociación Turi-arva .....	145
Actividad 2.7: Mensajes por SMS .....	148
Actividad 2.8: Boletín digital “Turi-arva informa” .....	150
Objetivo 3 .....	151
Actividad 3.1: Sesiones de trabajo para actualizar el sitio web de la Asociación Turi-arva.....	152
Actividad 3.2: Sitios web de interés para posicionar la Asociación de Guías Locales Turi-arva .....	155
Actividad 3.3: Desarrollar consultas periódicas sobre el sitio web y el perfil de Facebook. ....	155
6.6 Validación de propuesta de comunicación .....	155
Capítulo 7. Conclusiones y recomendaciones.....	170
7.1 Conclusiones .....	170
7.2 Recomendaciones .....	173
Referencias .....	175
ANEXOS .....	184
Anexo N° 1. Mapeo de expertos a consultar sobre experiencias de comunicación participativa y de cambio social que desarrollan algunas organizaciones involucradas en temas de participación socioambiental.....	185
Anexo N° 2. Guía de entrevista a profundidad a expertos en comunicación u organizaciones que desarrollan, apoyan o financian proyectos a nivel local. ....	188
Anexo N° 3. Guía “Identificando nuestras prácticas de comunicación”. ....	190
Anexo N° 4. Guía de entrevista sobre percepción de actores locales respecto a la Asociación Turi-arva. ....	191
Anexo N° 5. Encuesta sobre el sitio web de una organización en la zona de Turrialba.....	192
Anexo N° 6. Lista de cotejo para validación. ....	195
Anexo N° 7. Correlación F/O, D/O, F/A y D/A para definición de estrategias prioritarias para comunicación de la Asociación Turi-arva .....	199

Anexo N° 8. Guía de observación participante.....204

## Lista de tablas

Tabla N° 1. Categorías de investigación .....	51
Tabla N° 2. Resumen Metodológico.....	55
Tabla N° 3. Visión de desarrollo según paradigma .....	58
Tabla N° 4. Actores locales con los cuales desarrollan proyectos según representantes de organizaciones entrevistadas .....	68
Tabla N° 5. Síntesis del FODA sobre necesidades de comunicación para la Asociación Turi-arva.....	83
Tabla N° 6. Escala propuesta para priorización de fortalezas y oportunidades.....	85
Tabla N° 7. Escala propuesta para priorización de oportunidades y amenazas.....	86
Tabla N° 8. Actores sociales estratégicos para la Asociación Turi-arva.....	88
Tabla N° 9. Tipo de actores estratégicos identificados por la Asociación Turi-arva en absoluto y relativo .....	93
Tabla N° 10. Síntesis sobre la percepción que tienen representantes comunales de Santa Cruz sobre la Asociación Turi-arva .....	101
Tabla N° 11. Opinión sobre el contenido de la sección de "Artículos" y sobre calidad de información en el menú de "Eventos" del sitio web de la Asociación Turi-arva.....	106
Tabla N° 12. Síntesis respecto a consulta sobre facilidad de acceso y búsqueda de información en la página web de la Asociación de Guías Locales Turi-arva.....	107

Tabla N° 13. Indicadores del uso de TIC para los distritos de Santa Cruz, Santa Teresita y Turrialba según INEC 2011 ..... 144

Tabla N° 14. Síntesis de la validación de herramientas de comunicación propuestas para la Asociación de Guías Locales Turi-arva. .... 160

### **Lista de figuras**

Figura N° 1. Mapa de la comunidad de Santa Cruz de Turrialba..... 34

Figura N° 2. Modelo de Comunicación de la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Educación y la Cultura ..... 60

Figura N° 3. Modelo de comunicación participativa del Centro de Comunicación Voces Nuestras ..... 61

Figura N° 4. Modelo de comunicación propuesto por Luis Ramiro Beltrán..... 62

Figura N° 5. Mecanismos de comunicación de la Asociación Turi-arva ..... 97

## Lista de abreviaturas

ACCVC	Área de Conservación Cordillera Volcánica Central
ACETUSAMA	Asociación Cámara de Turismo de Santa María de Brunca
ASOMOBI	Asociación de Mujeres Organizadas de Biolley
ASOPROA	Asociación de Productores Agropecuarios de Santa Cruz
ASOPROLA	Asociación de Productores La Amistad
ASOTUR	Asociación de Turismo de Tres Colinas
ASOPROFOLAC	Asociación para el Fomento de la Industria Láctea de Santa Cruz
CANATUR	Cámara Nacional de Turismo
CATIE	Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza
CBCVCT	Corredor Biológico Cordillera Volcánica Central – Talamanca
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
COLAC	Consejo Local de Área de Conservación
CONCURE	Comisión para el Manejo de la Cuenca del Río Reventazón
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
FENAGUITUR	Federación Nacional de Guías de Turismo
FUNDECOR	Fundación para el Desarrollo de la Cordillera Volcánica Central
GEF	Global Environment Facility / Fondo Mundial para el Medio Ambiente
ICT	Instituto Costarricense de Turismo
INA	Instituto Nacional de Aprendizaje
MAG	Ministerio de Agricultura y Ganadería
MTB	Mountain Bike
ODMs	Objetivos de Desarrollo del Milenio
ONU	Organización de las Naciones Unidas
OSC	Organizaciones de la sociedad civil
PILA	Parque Internacional La Amistad

PNUD	Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo
PNVT	Parque Nacional Volcán Turrialba
SINAC	Sistema Nacional de Áreas de Conservación
SMS	Mensaje de texto por telefonía móvil
TIC	Tecnologías de Información y Comunicación
TNC	TheNatureConservancy
Turi-arva	Asociación de Guías Locales Turi-arva
UGRO	Unión de Grupos Organizados de Santa Cruz
UNED	Universidad Estatal a Distancia
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
UNICEF	Organización de las Naciones Unidas para la Infancia

## Resumen

El proyecto de investigación está orientado al abordaje de una propuesta de comunicación fundamentada en la comunicación participativa y comunicación para el cambio social, para una organización local que desarrolla iniciativas socioambientales, denominada “Asociación de Guías Locales Turi-arva”, que permita fortalecer la incorporación de tecnologías de información y comunicación en los procesos de gestión de la asociación y en su relación y articulación con actores locales.

Se fundamenta en el modelo de comunicación participativo y horizontal de Luis Ramiro Beltrán y del Centro de Comunicación Voces Nuestras, considera el contexto local, rescata el diálogo, la construcción colectiva y el empoderamiento de la organización Turi-arva en la búsqueda de soluciones o transformaciones a su realidad local, específicamente en el campo socioambiental, además promueve el papel de la organización como facilitador de procesos de comunicación a nivel comunal.

Rescata la visión de Mario Kaplún (1983) respecto de que la comunicación es entendida como un espacio para “...el diálogo y el intercambio, la voluntad de compartir experiencias y conocimientos, la búsqueda común” (p. 2).

Incorpora el aporte de expertos en el campo de comunicación y en el desarrollo de proyectos socioambientales, que desde la socialización de saberes contribuyeron a la formulación de las herramientas de comunicación.

Parte de la elaboración de un diagnóstico de necesidades de comunicación para la Asociación Turi-arva, analiza sus mecanismos de comunicación, así como aspectos referidos a la percepción que tienen algunos actores locales sobre Turi-arva, de igual forma, incorpora un breve ejercicio sobre algunas características del sitio web.

En el apartado de propuesta de comunicación, se presentan trece estrategias para consideración de la Asociación Turi-arva, que pueden incorporarse en su proceso de



trabajo con actores locales, mediante comunicación personal, el abordaje de comunicación y educación vivencial, así como el aporte de las tecnologías de información y comunicación, orientados a fortalecer la gestión de Turi-arva en su ámbito local, en procura de un beneficio equitativo tanto para la organización como para los diferentes actores locales, entre ellos: Escuela, ASADA, organizaciones productivas, ADI, sector turístico y comercio de la zona, propietarios de finca, entre otros.

## **Abstract**

This research project is intended to approaching a communication proposal based on participatory communication and communication for social change for a local organization, “Asociación de guías locales Turi-arva” (an association of local guides), which develops socio-environmental initiatives, strengthening the inclusion of information and communication technologies in the association’s management processes and its relationships with local stakeholders.

The project is based on the participatory and horizontal communication model by Luis Ramiro Beltrán and the Communication Center “VocesNuestras.” This model considers the local context, and it takes into account dialogue, the collective construction and the empowerment of the “Turi-arva” organization in the search of solutions and transformations of the local reality in the socio-environmental context. In addition, it promotes the role of the organization as a facilitator of the communication processes at a community level.

It rescues Mario Kaplún’s vision in regards to the understanding of communication as a space for “...dialogue and exchange, the willingness to share experiences and knowledge, the common search” (p. 2).

It includes the contribution of experts in the communication field and in the development of socio-environmental projects. The experts’ socialization of knowledge contributed to the formulation of communication tools.

The basis for the model was the elaboration of the communication needs assessment for the “Turi-arva” organization, which analyzes its communication mechanisms, as well as the aspects related to the perception some local stakeholders have about “Turi-arva.” It likewise includes a brief exercise about the features of the web site.

In the communication proposal section, there are thirteen strategies for the “Turi-arva” association, which can be incorporated into the working process with the local stakeholders through personal communication, the focus on communication and hands-

on education and the contribution of information and communication technologies. All these strategies are oriented to strengthen the association's management in its local sphere in order to obtain equitable benefits for the organization and the different local stakeholders, including schools, ASADA (administrative associations of the rural aqueduct), productive organizations, ADI (Integral development associations), the tourism and trade sectors of the region, and farm owners, among others.

## **Capítulo I. Planteamiento de la investigación**

### **1.1 Introducción**

El presente trabajo se fundamenta en la comunicación como proceso de construcción social, que contribuye a generar y fortalecer procesos socioambientales en el ámbito comunal, en un contexto de comunicación participativa y para el cambio social. Por ello, rescata el planteamiento de Alfonso Gumucio (2004) con respecto a "...la propuesta dialógica, la suma de experiencias participativas y la voluntad de influir en todos los niveles de la sociedad" (p. 5).

Asimismo, incorpora la visión de desarrollo integral y, por lo tanto, desde un proceso que busca la transformación de la realidad de los sujetos, donde la educación y la comunicación participativa se fortalecen como mecanismos para promover la construcción colectiva. Por lo anterior y de acuerdo con Kaplún (1983), la comunicación es entendida como un espacio para "...el diálogo y el intercambio, la voluntad de compartir experiencias y conocimientos, la búsqueda común" (p. 2). Desde esta perspectiva que vincula desarrollo, contexto comunal y comunicación, es que se fundamenta este trabajo, y responde a interrogantes de investigación que serán analizadas en el apartado que se desarrolla a continuación. Este abordaje de experiencias de comunicación participativa, a su vez, incorpora el apoyo de nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC), no siendo estas un fin en sí mismas, sino mecanismos de apoyo para fortalecer la gestión de una organización comunal como lo es la Asociación de Guías Locales Turi-arva, evidenciando nuevos espacios para promover la participación.

### **1.2 Justificación**

La visión de desarrollo en nuestra sociedad y el papel de las nuevas tecnologías de información y comunicación son temas o aspectos oportunos para considerar en el perfil del nuevo comunicador desde la perspectiva de la comunicación para el cambio social.

Según expone Gumucio en sus ensayos “El nuevo comunicador” (s.f.) y “El cuarto mosquetero” (2004), “...los planteamientos de Paulo Freire sobre la educación y la comunicación dialógica están en la esencia del paradigma de la comunicación para el cambio social” (p. 21), visualizando la comunicación y la educación como procesos complementarios y que se interrelacionan en este enfoque integral.

En este contexto, la sociedad actual plantea nuevos retos, crisis económicas, nuevos problemas globales y locales y, por tanto, necesidades que requieren de nuevas alternativas que permitan contribuir a desarrollar una sociedad inclusiva y participativa, y que, además, considere el rol de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC).

Asimismo, es importante indicar que en la Maestría de Administración de Medios de Comunicación de la Universidad Estatal a Distancia (UNED) se han desarrollado varias investigaciones enfocadas al periodismo comunitario, pero no se ha vinculado el tema de comunicación para el cambio social, ni su relación en el contexto comunal, y en el caso de esta investigación con una organización que trabaja en el campo socioambiental a nivel local, lo cual hace del tema un aporte vigente y genera nuevos espacios para los profesionales en el área de la Comunicación y la Administración de Medios de Comunicación.

Lo anterior permite rescatar la importancia de la comunicación para el cambio social y participativa en proyectos y organizaciones locales, incorporando el uso de nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) para promover la participación de actores locales, sin dejar de lado la comunicación persona a persona, por lo que se hace necesario analizar modelos de comunicación, así como experiencias de comunicación con enfoque participativo y de cambio social, que contribuyan a identificar las estrategias más oportunas para una propuesta de comunicación a desarrollar por la Asociación Turi-arva.

### **1.3 Enunciado del problema**

Desde la perspectiva de la comunicación se han desarrollado diversas orientaciones en su aplicación, desde una visión más tradicional (vertical) de la comunicación para el desarrollo hasta nuevos abordajes como lo es la comunicación para el cambio social.

Por ejemplo, organismos de cooperación internacional o agencias de desarrollo promueven procesos de comunicación para el cambio social, pero con enfoque institucional, orientados a generar la participación e involucramiento de los grupos sociales y de las comunidades.

Gumucio (2006) indica que aproximadamente existen más de 600 universidades en América Latina que incluyen estudios en Periodismo en tanto que corresponden a 20 las instancias o programas que consideran la formación de comunicadores para el desarrollo y el cambio social, lo cual fundamenta el abordaje del nuevo comunicador y de nuevos espacios como mediador y facilitador social (p. 6) y, por lo tanto, el tema de comunicación y organizaciones comunales requiere aportes a esta disciplina en construcción.

Considera, además, la posibilidad de vincular la comunicación de una organización que desarrolla acciones en el campo socioambiental con el papel de nuevas tecnologías de información y comunicación, con actores comunales, que permita de una u otra forma generar beneficios a la comunidad de Santa Cruz de Turrialba y zonas aledañas, considerando su ubicación y cercanía a áreas protegidas como el Parque Nacional Volcán Turrialba y el Monumento Nacional Guayabo, que propicie mayor acercamiento en la Asociación Turi-arva y las organizaciones locales y que, por lo tanto, permita fortalecer la gestión socioambiental en la comunidad.

Si bien el estudio es sobre comunicación comunitaria y participativa (que si ha sido analizado en otras investigaciones del Posgrado de Administración de Medios de Comunicación), es novedosa la investigación desde la perspectiva de vinculación con

comunicación para el cambio social, que permita responder a la siguiente pregunta de investigación:

**¿Cómo diseñar una propuesta de comunicación para el cambio social que contribuya a fortalecer la gestión socioambiental de la organización local “Asociación de Guías Locales Turi-arva”, que permita integrar el uso de Tecnologías de Información y Comunicación?**

Se delimita el trabajo de investigación en una comunidad determinada, y específicamente en una organización que, actualmente, desarrolla iniciativas socioambientales, como lo es la Asociación de Guías Locales Turi-arva.

En este proceso de formulación se consideran las siguientes preguntas específicas:

- ¿Cómo se desarrolla el proceso de la comunicación en la Asociación Turi-arva?, ¿Cómo funciona? y ¿cuáles son sus requerimientos?
- ¿Conocer qué tipo de esfuerzos desarrolla la Asociación Turi-Arva desde la perspectiva del cambio social?
- ¿Cómo puede mejorarse la comunicación para el cambio social en la Asociación Turi-arva?
- ¿Cómo integrar procesos de comunicación educativa y participativa que contribuyan a fortalecer a la Asociación de Guías Turi-arva?
- ¿Cómo puede realizarse el abordaje de comunicación para el cambio social con apoyo de las tecnologías de información y comunicación en la Asociación de Guías Locales Turi-arva?
- ¿Cómo incorporar las nuevas tecnologías de comunicación en procesos de comunicación que la Asociación de Guías Locales Turi-arva ?

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

El abordaje de la comunicación para el cambio social representa una oportunidad para los mediadores o facilitadores de procesos de comunicación en el marco de organizaciones de alcance local. En este contexto, la presente investigación aporta al desarrollo de los procesos de gestión y comunicación a nivel local, específicamente por medio de la participación y la inclusión de actores, como es el caso de jóvenes que conforman la Asociación Turi-arva, en el proceso de construcción de una propuesta comunicativa, para lo cual se plantean como objetivos general y específicos los siguientes:

### **1.4.1 Objetivo general**

Diseñar una Propuesta de Comunicación para la Asociación de Guías Locales Turi-arva, a partir del análisis de modelos de comunicación para el cambio social que integre el uso de Tecnologías de Información y Comunicación que contribuya con procesos de turismo rural, conservación ambiental y la articulación del trabajo local en Santa Cruz de Turrialba

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Comparar la evolución histórica del concepto de comunicación para el cambio social, incluyendo los modelos de comunicación para el cambio social para determinar el idóneo en el contexto de la Asociación Turi-arva.
- Analizar experiencias en materia de comunicación participativa y cambio social que desarrollen organizaciones involucradas en temas de participación socioambiental, para identificar prácticas comunes que puedan significar aportes a la propuesta de comunicación de la Asociación Turi-arva.



- Elaborar un diagnóstico de necesidades de comunicación para la Asociación de Guías Locales Turi-arva.
- Validar una propuesta de comunicación para la Asociación de Guías Locales Turi-arva que integre el uso de tecnologías de información y comunicación.

## **1.5 Delimitación del problema**

### **1.5.1 Alcances de la investigación**

El trabajo está orientado al abordaje de una propuesta de comunicación para una organización local que desarrolla iniciativas, denominada “Asociación de Guías Locales Turi-arva” de la comunidad de Santa Cruz de Turrialba. Para ello, se analiza como punto de partida la evolución del concepto de comunicación para el desarrollo y comunicación para el cambio social, y los modelos de comunicación existentes en esta disciplina. Además, se fundamenta en el análisis de algunas experiencias de organizaciones que desarrollan procesos de comunicación o que apoyan y financian proyectos socioambientales a organizaciones a nivel costarricense.

Desde esta perspectiva, la idea es generar aportes para una propuesta aplicable para la Asociación Turi-arva, como parte de un proceso de construcción participativa, que pueda socializarse con otras organizaciones locales, pero que no es generalizable, pues está sujeto al contexto de cada organización comunal.

Esta investigación contribuye a fortalecer la incorporación de tecnologías de información y comunicación en los procesos de gestión y fortalecimiento de la Asociación Turi-arva, tomando como punto de partida la gestión con actores locales.

Como criterios que fundamentaron la selección de esta organización local están:

- Que corresponda a una comunidad con características rurales, con presencia de organizaciones locales formalmente establecidas.
- Que sea una organización que se encuentre en contextos cercanos a áreas silvestres protegidas (por ejemplo, parques nacionales u otras categorías) y en consecuencia que permita el desarrollo de iniciativas como: Turismo rural, guías locales, educación ambiental, prácticas amigables con el ambiente, entre otras.
- Que la organización local tenga experiencia en procesos de gestión comunitaria en el campo ambiental y que desarrollen actualmente un proyecto o actividad vinculada con el tema socioambiental.
- Interés y anuencia de la organización local de participar en el proyecto de investigación participativa.

De igual forma, se fundamenta el contexto local, pues corresponde a nuevos espacios para el comunicador social, abordaje que promueve la comunicación para el cambio social.

Se tiene comunicación previa con la asociación local por el rol de la investigadora en procesos de acompañamiento en educación ambiental y proyectos, lo cual es oportunidad en la etapa de contacto.

Actualmente, la asociación está desarrollando un proyecto ambiental, lo cual permite la generación de experiencia y necesidades de comunicación desde el contexto organizacional, así como identificar opciones para integrar el uso de TIC en la gestión de dicha organización.

### 1.5.2 Limitaciones de la investigación

- En el proceso de selección se consideró el criterio de que sea una comunidad cercana a áreas silvestres protegidas, que posibilite una relación con instancias estatales o no gubernamentales que propicie el apoyo para el desarrollo de iniciativas ambientales, así como la condición de que geográficamente la comunidad permitiera el traslado mínimo en servicio de transporte público, a pesar del contexto rural de esta.
- Al ser una organización local, algunos de sus integrantes trabajan y deben desplazarse fuera de la comunidad, lo cual es una limitante para el desarrollo de actividades vinculadas con el proyecto. Por ello, se desarrollan las sesiones de trabajo en horario de tardes, no pudiendo asegurar la presencia del 100% de los participantes que integran la asociación.
- La organización no está consolidada, precisamente es una debilidad que busca superarse o contribuirse a mejorar por medio de este trabajo.
- El proceso genera una propuesta de comunicación que contribuya a orientar y fortalecer la gestión de la organización, pero la ejecución de la misma corresponderá a los propios actores sociales, para lo cual su implementación se incentivará a que se realice en etapa posterior a la conclusión de la investigación.

## **Capítulo II. Marco referencial**

Corresponde contextualizar el estado del arte y fundamentación teórica desde la perspectiva de la comunicación para el cambio social, por ello, su vinculación con el acceso e inclusión de las TIC, el contexto local, la visión integral de desarrollo desde y para lo local, orientación de la educación y la comunicación popular, la comunicación participativa, así como la comunicación para el desarrollo y su reorientación hacia el cambio social.

### **2.1 Estado de la cuestión**

Para el proceso de revisión documental se consideran elementos orientadores de la investigación, que permitan fundamentar la investigación desde la visión de comunicación para el cambio social, TIC y comunidades u organizaciones. Se consultaron publicaciones de investigaciones sobre el proceso de construcción del quehacer mismo de la disciplina de comunicación para el desarrollo que luego se ha ido reformulando a comunicación para el cambio social, entre ellos trabajos de autores latinoamericanos como Barranquero (2009) y Gumucio (2004).

#### **2.1.1 Comunicación para el cambio social y nuevas tecnologías**

Un aspecto importante para este Trabajo Final de Graduación propuesto es que integra el concepto de comunicación para el cambio social, que implica, por lo tanto, la visión de desarrollo, así como el papel de las nuevas tecnologías, y que de acuerdo con Gumucio (2001), citado en Restrepo(2011) se fundamenta en cuatro elementos esenciales sobre los cuales Internet debe ser usada como promotora del desarrollo:

- a. Ir más allá de la conectividad.
- b. Promover entornos favorables.
- c. Minimizar amenazas y riesgos; y
- d. Maximizar los resultados positivos (p. 165).

En este campo, Salazar (2006) realizó un estudio denominado “Hacia una Plataforma y una Estrategia de Comunicación para el Desarrollo en Centroamérica y México”, donde surge de la necesidad de “...articular esfuerzos de personas e instancias que se dedican o se interesan en la Comunicación para el Desarrollo, lo cual se constituye como el punto de partida de este proceso” (p 4). Indica Salazar (2006) que en forma paralela se desarrolló la consulta a organizaciones sobre su accionar y experiencias de comunicación, generando la creación de un primer directorio regional y conocimiento de lecciones aprendidas, obstáculos y características generales de algunas acciones que se ejecutaron o se están desarrollando en México y en Centroamérica (p. 4).

En el contexto colombiano Natalia Restrepo (2011), en una investigación referida al “Impacto, a nivel comunicacional y de cambio social producto de un programa de alfabetización digital, dirigido a jóvenes desmovilizados de grupos al margen de la ley o desplazados a causa de la violencia” (p.158), se implementó el proyecto “Mi Llave”, cuyo objetivo estaba orientado a la instrucción para el aprovechamiento, uso y apropiación de las TIC como mecanismo de comunicación y acción para acceder de nuevo a la sociedad (p.158).

En el proceso de búsqueda documental Girard (2004) presenta la experiencia de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), respecto de que los procesos de publicaciones son resultado de metodologías cualitativas y participativas, en este contexto, se ubica el taller internacional sobre la radio rural realizado en el 2001 denominado: “Tecnologías de información y comunicación al servicio de la radio rural: nuevos contenidos, nuevas relaciones de colaboración”. Para ello, se generó el intercambio de experiencias y se identificaron ideas sobre cómo la radio y las TIC podrían combinarse para apoyar a las comunidades rurales (pp. 1-2).

Otra de las experiencias analizadas en la región latinoamericana es el caso de Chile, mediante el Proyecto de Comunicación para el Desarrollo en América Latina, donde Ilbouldo y Del Castello (2004) indican que:

Fue pionero en lograr un enfoque participativo para el desarrollo de redes de comunicación e información con Internet, entre organizaciones de pequeños productores. Estas redes proporcionaron a las organizaciones: Información y datos sobre cultivos; precios internacionales; los periodos mejores para la comercialización; las condiciones del mercado (regional, nacional e internacional); información climática; aspectos técnicos y de capacitación; e información sobre una serie de instituciones para apoyar su trabajo (p. 51).

En la región mesoamericana se cuenta con la Plataforma de Comunicación para el Desarrollo, la cual promueve el aprendizaje y el intercambio de experiencias e inquietudes en el tema, y que de acuerdo con Salazar (2006) consideran la Comunicación para el Desarrollo como un proceso “...clave para fortalecer los Modos de Vida Sostenibles (MVS) de las comunidades rurales, potenciando sus organizaciones, facilitando el acceso a la información y conocimiento relevantes, fortaleciendo su participación y dotándolas de herramientas para dirigir los procesos de cambio que estas enfrentan” (p. 14).

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) ha desarrollado varios procesos sobre Comunicación para el Desarrollo, entre ellos Mefalopulos y Kamlongera (2008) elaboraron el Manual Diseño Participativo para una Estrategia de Comunicación, el cual fundamenta su metodología en “...una continuación lógica de la intervención que se inició por medio de un Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural y resume formas de involucrar a la gente en los procesos de toma de decisiones para alcanzar una planificación y acción efectivas para mejorar sus estrategias de vida” (p. 1).

Desde el abordaje de la Educación y la Comunicación para el Desarrollo, se identificó el trabajo realizado por Navarro (1999), denominado “Procesos y Estrategias de la Comunicación en la Educación para el Desarrollo” realizada como tesis doctoral en la Universidad Complutense de Madrid, que reafirma la relación educación y

comunicación, y su papel con el desarrollo, aspecto que refuerza el enfoque de comunicación para el Cambio Social en este TFG.

### **2.1.2 Iniciativas ambientales y coordinación institucional**

Es importante considerar que si bien la investigación propuesta no está enmarcada directamente con una visión institucional, como es el caso del Área de Conservación Cordillera Volcánica Central (ACCVC), una de las regiones que conforman el Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC), si vale indicar que el ACCVC coordinó la formulación y el financiamiento de un proyecto socioambiental que desarrolla la Asociación de Guías Locales Turi-arva, denominado “Fortalecimiento de las capacidades operativas de la Asociación Turi-arva y de la Comisión interinstitucional Gestión Interinstitucional de Residuos Sólidos para fomentar el turismo rural y el desarrollo sostenible en Santa Cruz de Turrialba”, el cual fue financiado con recursos de cooperación del Fondo Mundial para el Ambiente (GEF, en sus siglas en inglés) – Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)– Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC), denominado Removiendo Barreras para la Sostenibilidad, proyecto que permitió a la organización contar con recursos financieros para desarrollo de sitio web, procesos de capacitación y material impreso.

### **2.1.3 Comunicación para el cambio social, actores sociales y contexto comunal.**

Alfonso Gumucio (2001) coordinó la recopilación de historias de comunicación participativa que surgió como parte del proceso de reuniones consultivas sobre comunicación para el cambio social en 1997. Este proceso de análisis e intercambio "...llevaron al grupo a reconocer que en muchos países en desarrollo pueden encontrarse procesos ejemplares de comunicación para el cambio social en experiencias comunitarias de diversa naturaleza" dando como resultado el libro *Haciendo Olas* (p. 5), que incorpora el contexto local y participativo. Al respecto, menciona Gumucio (2001) que corresponde a:

Descripciones de experiencias, algunas fueron visitadas personalmente y la información sobre las restantes se obtuvo a través del correo electrónico, fax, teléfono e Internet, considerando para la definición de criterios de selección fueron la identificación de experiencias con un fuerte componente de “apropiación” por parte de la comunidad. Al inicio del proceso se planteó considerar aquellas experiencias que estaban plenamente establecidas en la comunidad, y no así proyectos institucionales, cuya vida estaba condicionada por los insumos de una organización auspiciante. Era importante que la propia comunidad estuviera a cargo de la iniciativa, aun cuando no la hubiese generado. Interesaban iniciativas que tenían por lo menos un año completo de desarrollo desde su implantación. (pp. 5-7).

Amador y Salazar, comunicadores costarricenses, realizaron su investigación para el grado de Licenciatura en la Universidad de Costa Rica, sobre Comunicación en el Desarrollo Autogestionario: Diseño, ejecución y evaluación de un plan de capacitación con las organizaciones comunales de Cieneguita, Santa Cecilia, Bella Vista y Tirrases. Al respecto, Amador y Salazar (1995) refieren a las diferentes propuestas de comunicación que se han desarrollado a partir de 1940 y a la perspectiva de “autogestión comunitaria”. De acuerdo con el Proyecto ECU-91001 (citado por Amador y Salazar, 1995) se conceptualiza autogestión comunitaria “...como un proceso mediante el cual se desarrolla la capacidad de grupos (comunales) para identificar los intereses básicos que les son propios” (p. 18), para efecto de este TFG permite validar la vigencia del tema en el proceso de comunicación para el cambio social en el contexto local.

Por otra parte, el Departamento de Medio Ambiente y Desarrollo Social de la Corporación Financiera Internacional por sus siglas en inglés IFC (2007) elaboró el proyecto denominado “Relaciones con la comunidad y otros actores sociales: Manual de prácticas recomendadas para las empresas que hacen negocios en mercados emergentes”, el cual se relaciona con este proyecto de investigación a partir de su conceptualización del trabajo local, de acuerdo con IFC “...los actores sociales son las



personas o grupos de personas directa o indirectamente afectadas por un proyecto, y las personas o grupos de personas que pueden tener intereses en un proyecto o la capacidad para influir en sus resultados de una manera positiva o negativa, o ambas cosas. (p. 10).

La Asociación CALANDRIA en Perú ha generado experiencias vinculados con participación de actores sociales, ejemplo de ello el proyecto “Comunicación y Desarrollo Local” elaborado por Castañeda (2005), que refiere a que las iniciativas comunicativas pueden ser entre otras razones para “...reconocer e identificar las demandas y prioridades de la gente articulando demandas particulares en intereses comunes” (p. 87).

Resultado de la revisión documental en la Universidad de Costa Rica, se destaca la investigación de Amador citada anteriormente, quien en otra investigación refiere a las características de la Comunicación para el Cambio Social de acuerdo con Gumucio (citado en Amador, 2012) “...plantea la necesidad de que la comunicación respete y fortalezca el saber comunitario, basado o construido a partir del intercambio de conocimientos y del diálogo” (p. 131), lo cual fundamenta el abordaje de investigación participativa.

Se consultó un Manual para el Diseño Participativo de Estrategias de Comunicación, elaborado por el equipo de investigadores del Centro de Comunicación Voces Nuestras (León, Salas, Salazar y Cruz, s.f.), que para efecto de esta investigación es muy coincidente y que aporta tres momentos fundamentales en la planificación de estrategias de comunicación participativa y el papel de la organización local, a saber: a) La apropiación crítica de la realidad, b) Análisis de la capacidad comunicacional y c) La planificación estratégica de la comunicación. (p.10).

Es interesante, porque, además, estos tres momentos son vinculantes con la Administración de Medios de Comunicación, hay que tomar como punto de partida la realidad de la organización, analizar el tipo de organización, el liderazgo, la estructura,

el clima organizacional, así como desarrollar un proceso de planificación de la comunicación.

En este proceso de revisión, se reafirma que es válido el desarrollo de experiencias que propician la comunicación alternativa, el apoyo de TIC en el fortalecimiento de la gestión organizativa a nivel local y el empoderamiento y rol de la organización local.

#### **2.1.4 Comunicación y ambiente.**

Se fundamenta el abordaje de la metodología de investigación acción en el trabajo de Fernández, Pupo y Madariaga (2012), desarrollado en la ciudad de Holguín, Cuba; sobre una estrategia de comunicación educativa, orientada desde la gestión ambiental y como vía para disminuir enfermedades de transmisión hídrica.

Para este proceso desarrollaron los siguientes aportes que pueden ser vinculantes desde un abordaje de investigación cualitativa:

Aplicaron entrevistas y encuestas en los núcleos familiares e instituciones locales, cuyos datos inicialmente se registraron en expediente identificativo para medir un antes y un después. Como indicadores de evaluación para medir el avance, evolución y cumplimiento de los objetivos propuestos, se tuvo en cuenta el cumplimiento de las acciones de comunicación educativas a partir de los indicadores (p. 276).

Además, Fernández, Pupo y Madariaga (2012) indican como uno de los resultados del estudio "...el desarrollo de capacidades en la comunidad, la interrelación entre los diferentes grupos metas, la motivación a la investigación colectiva y reflexión conjunta y el incremento en el nivel de autogestión de la comunidad" (p. 276).

En el campo ambiental, Andelman (2003) menciona que "...la comunicación ambiental debe ser entendida como un proceso participativo y multidireccional, que negocia

soluciones" (p. 52), desde esta perspectiva puede visualizarse como un mecanismo de incidencia y participación social. Este autor refiere a "...estrategias definidas, con métodos e instrumentos ligados a la comunicación para el desarrollo, el marketing social, la educación para adultos, la extensión cultural, etc." (p. 52), lo cual reafirma el abordaje por medio de investigación participativa.

### **2.1.5 Investigaciones del posgrado de Administración de Medios de Comunicación, UNED.**

Desde el enfoque de Administración de Medios de Comunicación, Marcela Matamoros y Lilliam Mora (2011) realizaron como trabajo final de graduación para el Posgrado la "Detección de necesidades de comunicación para la formulación de una empresa especializada en asesorías de Comunicación dirigida al sector de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Gran Área Metropolitana de Costa Rica" aspecto que para este proyecto puede aportar para la identificación de necesidades de capacitación. A partir de ello, se retoma para este trabajo la experiencia y metodología para identificación o diagnóstico de necesidades, que permita contextualizarlo al espacio local o a una organización local.

Sin embargo, como limitación ya en el proceso mismo del desarrollo del objetivo, no aporta significativamente, pues solo evidencian la consulta realizada, no así un mapeo de las principales necesidades de comunicación.

Por su parte, Ureña (2013) en su investigación sobre periodismo comunitario plantea como problema de investigación: "¿Cómo funciona el periodismo comunitario desarrollado por personas no tituladas en periodismo? ¿A qué objetivos responde?, y ¿cuáles son sus principales fortalezas y debilidades?" (p. 8), para lo cual analiza el panorama general de la práctica del periodismo comunitario que se ha realizado en Costa Rica.

Refiere Ureña (2013) al proceso de comunicación, participación y articulación (pp. 9-10), pero lo contextualiza en el periodismo, televisión y otros espacios alternativos de periodismo. Falta desarrollar el enfoque de participación y comunicación propiamente dicha. Se comparte el planteamiento de Ureña respecto de que "...la participación ciudadana es un ejercicio mediante el cual logran disiparse los problemas comunes y defender los intereses del colectivo mediante soluciones consensuadas" (p. 40).

Chavarría (2010) plantea, en su estudio, sobre factores fundamentales de la planificación estratégica para el desarrollo y sostenibilidad del periodismo comunal, el concepto de comunicación caracterizado, principalmente, por la cuestión geográfica (p. 20), limitando el concepto al área de acción, y a no al proceso comunicativo.

En este breve análisis del quehacer de la investigación en comunicación para el cambio social, el contexto local y comunal, su vinculación con la parte ambiental y las nuevas tecnologías, se fundamenta la oportunidad de desarrollar una investigación que contribuya a incentivar buenas prácticas de comunicación organizaciones comunales vinculadas a proyectos.

Corresponde ahora el proceso de fundamentación teórica de la Comunicación para el Cambio Social como espacio para generar procesos de comunicación desde lo local.

## **2.2 Marco teórico**

Es pertinente realizar un recorrido del proceso que ha ido fortaleciendo y generando nuevos espacios para el comunicador social, en nuevos escenarios y realidades, entre ellas el contexto local, en el cual la Comunicación para el Cambio Social enfoca sus esfuerzos, el cual se caracteriza por fomentar la participación y empoderamiento de los actores sociales y que, por lo tanto, se vincula con la visión de comunicación que permita influir y transformar.

### **2.2.1 Desarrollo desde una concepción local y participativa.**

Analizar el concepto de desarrollo tiene múltiples enfoques, intereses, contextos y posiciones. Desde aquel con fines meramente económicos, así como la visión del adjetivo de sostenible, sustentable o sostenibilidad; igualmente, la visión de desarrollo de los Estados, de las organizaciones no gubernamentales, de las organizaciones de cooperación o agencias internacionales de desarrollo.

En 1989, Rogers (citado por Obregón, 2009) refiere al paradigma alternativo, que considera el desarrollo como un "...proceso participativo de cambio social con la intención de generar avances sociales y materiales (incluyendo mayor equidad, libertad y otros valores cualitativos) para la mayoría de la gente por medio de un mayor control del entorno por parte de las comunidades" (pp. 4-5). Por ello, corresponde en esta investigación la conceptualización del desarrollo local que de acuerdo con Sierra (1997) corresponde a "...un proceso global de transformaciones sociales, culturales y económicas, mediante la movilización y la participación popular de los agentes locales, orientado por el fin de dar plena satisfacción a las necesidades económicas, sociales y culturales" (p. 774).

Esta visión de desarrollo, contexto local, actores sociales y participación, conllevan, además, analizar procesos que contribuyen a considerar la comunicación desde un enfoque integral como punto de encuentro, diálogo y participación. Para ello, se presenta a continuación un análisis desde el abordaje de la comunicación popular y alternativa.

### **2.2.2 Comunicación popular y comunicación alternativa.**

La región latinoamericana ha generado importantes experiencias a partir de la década del setenta en el campo de la comunicación popular y alternativa, contribuyendo a este proceso la presencia de diversas organizaciones sociales que propiciaron espacios en

el campo de la educación popular, el contexto social, político y religioso, desde líneas no conservadoras que apostaban a una relación desde y con las comunidades.

Para esta investigación, se retoma el aporte de Kaplún (citado por Dornelles, 2008) referido a que "...la comunicación educativa, participativa y asociada a la organización popular propone contribuir para democratizar, al mismo tiempo, la educación, la comunicación y el conjunto de las relaciones sociales" (p. 102). De igual forma, la visión de la comunicación popular formulada por Mata (citada por Dornelles, 2008) que la define como un "...instrumento de los sectores dominados para expresar su situación, analizándola, así como la expresión del nuevo tipo de relaciones sociales que esas prácticas originan: Horizontales, de diálogo y participativas" (p. 103).

Desde este contexto, la comunicación popular, alternativa, solidaria y participativa contribuye al proceso de comunicación para el Cambio Social, y que de acuerdo con la comunicadora brasileña Peruzzo (2008) se plantea como una comunicación que no es homogénea, por tanto pluralista, que promueve el aprendizaje en su contexto (p.106).

Al respecto, Gomes (citado por Dornelles, 2008) considera que "...el contexto alternativo no es la comunicación alternativa" (p. 105), Gomes plantea que el "...concepto alternativo parece apuntar a una contraposición de la comunicación masiva, en tanto que el concepto popular dice respecto a la inserción en un contexto alternativo de lucha que busca establecer una nueva sociedad a partir de la óptica de las clases populares" (p. 105).

Es importante indicar que la reflexión y abordajes sobre educación y comunicación popular es un proceso que no está concluido, por ello el aporte de este trabajo es fortalecer a un proceso de comunicación y educación que desarrolla una organización local en su gestión socioambiental, a partir de un proceso planificado de comunicación para el cambio social.

### **2.2.3 Comunicación para el desarrollo.**

En este proceso de fundamentación teórica es preciso retomar el trabajo de Barranquero (2009) que refiere a las primeras experiencias de comunicación para el desarrollo se ubican posterior a la Segunda Guerra Mundial (1949), cuando los Estados Unidos inicia los diferentes proyectos y programas de asistencia técnica y financiera en África, Asia y Latinoamérica (p. 4) desarrollados por agencias de cooperación, fundaciones, empresas y organizaciones internacionales. Este modelo de comunicación para el desarrollo entendido desde la lógica del sistema capitalista y donde predominaba "...la visión economicista, vertical y exógena del proceso", entendido como "...herramienta orientada a estimular la economía de los países, para incorporarlos a los circuitos del comercio internacional" (p. 5).

Como elementos que contribuyeron al abordaje de la comunicación para el desarrollo se citan los siguientes:

- Los conflictos de la Segunda Guerra Mundial y la guerra fría
- La intervención "asistencialista" de países desarrollados hacia los países en "vías de desarrollo" y en este marco iniciativas como la Agencia Internacional para el Desarrollo (USAID) y la Alianza para el Progreso, impulsada por los Estados Unidos
- Las políticas del Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial
- La creación de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en 1948, que es una comisión adscrita a la Organización de las Naciones Unidas.
- La inestabilidad y crisis política en países latinoamericanos.

Desde esta visión institucional se retoman tres de las cuatro categorías de la comunicación en las estrategias de desarrollo propuestas por Alfonso Gumucio (2004) referidas a:

- Información manipuladora: “Comunicación de mercado que contribuye a desarrollar el cuerpo teórico de la publicidad”, “...es el poder de los medios y los medios al poder”.
- Información asistencialista: “Surge como la versión social de la publicidad”, con un enfoque de persuasión, orientado a la “...difusión de innovaciones y de la transferencia tecnológica”, apunta el autor que no busca el diálogo, sino más bien tiene un enfoque extensionista de transferencia de información.
- Comunicación instrumental: promovida a partir de los setentas en por las agencias de cooperación internacional como FAO, UNESCO y UNICEF y “...reconoce la importancia del saber local, de la tradición y de la cultura, aunque no logra trasladar el centro de gravedad de las decisiones” (pp. 5-6).

De igual forma Beltrán (2005) plantea que las experiencias de comunicación y desarrollo pueden clasificarse en:

- Comunicación de desarrollo: Es la creación, gracias a la influencia de los medios de comunicación masiva, de una atmósfera pública favorable al cambio que se considera indispensable para lograr la modernización de sociedades tradicionales mediante el adelanto tecnológico, el crecimiento económico y el progreso material. (p. 10).
- Comunicación de apoyo al desarrollo: Es el uso de los medios de comunicación – masivos, interpersonales o mixtos – como factor instrumental para el logro de las metas prácticas de instituciones que ejecutan proyectos específicos en pos del desarrollo económico y social. (p. 10).



- Comunicación alternativa para el desarrollo democrático: Es la expansión y el equilibrio en el acceso de la gente al proceso de comunicación y en su participación en el mismo empleando los medios – masivos, interpersonales y mixtos – para asegurar, además del avance tecnológico y del bienestar material, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría. (p. 21).

Por su parte, Adalid Contreras (2000) plantea que “...se hace comunicación -desarrollo desde un lugar situado, desde el lugar donde se enuncia la palabra, que es el lugar del sujeto...” (p. 3). Considerando esta investigadora que hay que:

Volver a la comunicación en su sentido original como relación, participación y puesta en común. Colocada la calidad de vida en el centro de atención, se convierte en el factor articulador de las variables económicas, educativas, subjetivas, políticas, de ejercicio de los derechos humanos. (p. 9).

Es, precisamente, la visión de la comunicación alternativa para el desarrollo democrático planteado por Beltrán y la visión de comunicación - desarrollo citado por Contreras que contribuyen a este nuevo abordaje teórico y por tanto al modelo de comunicación para el cambio social pertinente con esta investigación.

#### **2.2.4 Comunicación para el cambio social.**

Resultado del análisis del proceso de comunicación para el desarrollo por parte de diversos teóricos, surge la Comunicación para el Cambio Social. Al respecto, Barranquero (2009) refiere al cambio de paradigma, posicionando desde esta perspectiva el reconocimiento al “paradigma participativo”, el cual se caracteriza por:

Involucrar a la sociedad civil en su propio proceso de transformación por medio del diálogo y la participación, puede afirmar que Latinoamérica es la región mundial más relevante en su gestión y configuración posterior.

Es en este continente, donde se desafía con mayor fuerza que en ninguna otra parte del mundo el modelo tradicional y hegemónico tanto del “desarrollo”, como de la “comunicación” (p. 6).

De acuerdo con lo planteado por Gumucio (2004), este proceso de reorientación de la Comunicación para el Desarrollo a la Comunicación para el Cambio Social, inició en abril de 1997 en un evento convocado por la Fundación Rockefeller, donde se reflexionó sobre el tipo de Comunicación para el Cambio Social en el nuevo siglo, conceptualizándose como “...un proceso de diálogo privado y público, por medio del cual los participantes deciden quienes son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo” (p. 22).

Este abordaje no corresponde a un cambio de paradigma, sino que considera elementos formulados ya con anterioridad en procesos como la educación popular y la comunicación dialógica planteados por Pablo Freire, entre otras experiencias.

Esta primer etapa de la Comunicación para el Cambio Social refiere a la necesidad de dinamizar la participación efectiva de los actores locales, a trascender la concepción de desarrollo tradicional, concepto que encasilla y genera conflicto y ruido en los procesos comunales y de comunicación participativa, por cuanto las instituciones y agencias de cooperación han utilizado la Comunicación para el Desarrollo orientada al cumplimiento de sus objetivos institucionales y no como proceso de reflexión acción que contribuya a la transformación de la realidad de los propios sujetos participantes.

En este contexto de acuerdo con Gumucio (2004), se visualiza una segunda etapa que corresponde de 1991 al 2001, donde “...se vio la necesidad de vincular el proceso de reflexión a experiencias concretas”. Asimismo, “...se abrió el diálogo y el debate hacia otras fundaciones y agencias de cooperación” (p. 22).

Lo anterior refleja que tanto el abordaje de la Comunicación para el Desarrollo y la Comunicación para el Cambio Social son disciplinas recientes, precisamente, este proceso ha generado nuevos enfoques como es la orientación hacia el cambio y la transformación social, por lo que corresponde a una disciplina no consolidada, en proceso de generación teórica a nivel académico, así como en la formulación y ejecución de experiencias, desde un abordaje de la investigación-acción-participativa y la investigación participativa.

La Comunicación para el Cambio Social de acuerdo con Gumucio (2004) es una “...comunicación ética, es decir, desde la identidad y de la afirmación de valores; amplifica la voces ocultas o negadas y busca potenciar su presencia en la esfera pública” (pp. 6-7).

En este contexto, como marco orientador de la educación popular latinoamericano, está la obra del pedagogo brasileño Freire, quien destacó la visión de la educación como proceso liberador, participativo, con un enfoque de aprender desde la práctica, que conlleva como fin último la transformación de la realidad. Por tanto, de acuerdo con Freire (1973), quien expresa que “...la comunicación es educación, es diálogo, en la medida en que no es transferencia de saber, sino encuentro de sujetos interlocutores, que buscan la significación de los significados” (p. 3).

En complemento con la educación como proceso que transforma determinada realidad social, está la transformación del perfil del comunicador que plantea Martín-Barbero (2005), de un enfoque intermediario a un enfoque del comunicador mediador, reconceptualizando la comunicación con visiones diferentes, según los intereses: centralidad de los medios vs. realidad social. (p. 117). Lo anterior conlleva un nuevo papel de la comunicación para y en el desarrollo y, por tanto, a redireccionar el perfil del comunicador.

Puede, entonces, afirmarse que existe una simbiosis, una relación colaborativa y complementaria, entre educación y comunicación, que de acuerdo con el planteamiento de Peruzzo (2008), la comunicación popular y comunitaria son:

Procesos de comunicación constituidos en el ámbito de los movimientos sociales populares y comunidades de diferentes tipos, tanto las de base geográfica, como aquellas marcadas por otros tipos de afinidades, la cual no tiene fines lucrativos y su carácter es educativo, cultural y movilizador. (p. 121).

En el contexto latinoamericano se reafirma lo expuesto por Alfaro (s.f.) que considera precisamente que "...la vocación educativa de la comunicación es incuestionable" (La intención educativa de la comunicación, párr. 1). Es a partir de lo anterior, la oportunidad de hacer una relectura, un análisis del enfoque de comunicación y educación como un espacio de diálogo, de construcción participativa, de interacción y de generación de nuevas alternativas en el ámbito local, y este caso en una organización que desarrolla proyectos.

### **2.2.5 Educación popular: Una herramienta de la comunicación para el cambio social.**

Esta modalidad de acuerdo con van Dijk y Durón (1986) se vincula "...al trabajo educativo que se realiza para y con los sectores populares, desde su práctica cotidiana" (p.19), conlleva un proceso abierto, acorde a las necesidades de los estudiantes, y se desarrolla en el contexto local, fuera de la estructura de la educación formal.

La educación no formal integra como una de sus modalidades la educación popular; entendida esta como un mecanismo orientado a la transformación, a la toma de decisiones en beneficio del grupo, organización o comunidad. Se fundamenta en un proceso reflexivo a partir de la realidad del sujeto, del colectivo o comunidad y trasciende a un proceso de acción, de transformación del contexto del educando. Desde la perspectiva latinoamericana considera van Dijk (1986) que se ha vinculado a la

“...metodología de la investigación participativa y al desarrollo de la organización popular” (p.23), aspecto que fundamenta la selección metodológica de este TFG.

Más que un planteamiento filosófico, corresponde la investigación al análisis concreto de posibilidades de cómo desarrollar una propuesta de comunicación para organizaciones locales que desarrollan iniciativas, a partir del estudio de caso de la Asociación de Guías Locales Turi-arva, y que, por tanto, integra las variables sociales, ambientales, culturales y económicas. Por ello, se analiza a continuación el tema de participación.

### **2.2.6 Participación**

Se visualiza la participación como proceso colectivo y como mecanismo para que las comunidades sean protagonistas en su proceso de desarrollo local. De acuerdo con Geilfus (s.f.) participación interactiva donde:

Los grupos locales organizados participan en la formulación, implementación y evaluación del proyecto; esto implica procesos de enseñanza-aprendizaje sistemáticos y estructurados, y la toma de control en forma progresiva del proyecto y el auto-desarrollo entendido cuando los grupos locales organizados toman iniciativas sin esperar intervenciones externas; las intervenciones se hacen en forma de asesoría y como socios (p. 9).

Participar, también, se vincula al acceso y uso de tecnologías de información y comunicación (TIC), por ello, la necesidad de integrar en este trabajo el aporte la tecnología en comunicación para organizaciones a nivel local.

### **2.2.7 Tecnologías y comunicación para el cambio social.**

Incorporar el tema tecnología refiere a la Sociedad de la Información o Sociedad del Conocimiento. Según Finquelievich y Kisilevsky (2005) desde su experiencia en Argentina con organizaciones sociales y TIC, corresponde a:

Una nueva dimensión, un espacio para que las TIC, mediatizadas por el protagonismo del estado, de las organizaciones de la sociedad civil, el sector académico y la empresa, puedan impactar eficazmente en la reducción de la pobreza. Tanto en la generación y soporte de emprendimientos productivos y de economía social, como en la elaboración de estrategias y políticas públicas que deben responder a las necesidades de la población, que estimulen el desarrollo sustentable” (p. 14).

Las organizaciones de la sociedad civil (OSC) actúen en el contexto global en temas vinculados a la protección del planeta y la humanidad misma (pobreza, sustentabilidad, problemas ambientales, capa de ozono, violación de derechos humanos, etc.) y han ofrecido oportunidades para que las OSC y las redes se organicen transnacionalmente en defensa de intereses comunes, para intercambiar productos, experiencias y construir respuestas articuladas aplicables, por ejemplo, a nivel local. (p. 17).

Considerando el papel de las TIC y recapitulando la síntesis de experiencias anteriormente citadas, se reafirma la oportunidad de canales de comunicación con apoyo de plataformas tecnológicas orientadas a fortalecer procesos de comunicación para organizaciones como la Asociación Turi-arva, que contribuya a fortalecer la gestión de la organización.

### **2.2.8 Los objetivos del desarrollo del milenio y los procesos de comunicación participativos.**

Al analizar procesos de comunicación que incorporan el desarrollo, el contexto local y el tema socioambiental, es necesario analizar lineamientos o políticas internacionales como lo es la iniciativa de los “Objetivos del Desarrollo del Milenio” (ODMs) propuestos por la Organización de las Naciones Unidas, donde se invita a los diferentes organismos internacionales, instancias nacionales y regionales, a contribuir con dicha iniciativa, que considera ocho objetivos, a saber:

1. Erradicación de la pobreza
2. Lograr la enseñanza primaria universal
3. Promover la igualdad entre los sexos y la autonomía de la mujer
4. Reducir la mortalidad infantil
5. Mejorar la salud materna
6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo (ONU, s.f., sección de Impulsando los objetivos del milenio).

Desde la comunicación para el cambio social, estos objetivos son temas transversales y se relacionan con el quehacer desde la forma de abordar el desarrollo, la participación y el diálogo con actores sociales, así como desde el contenido de proyectos o iniciativas de comunicación, orientados en temas clave que consideran los Objetivos del Desarrollo del Milenio.

No obstante y como lo plantea Servaes (2010) estos objetivos “en general consideran al desarrollo como un “problema de ingeniería” a ser resuelto desde una perspectiva top-down” (p. 11), haciendo de nuevo el enfoque al aporte en procesos de cooperación internacional que se desarrollan desde la década de los setentas, pero que a la fecha

no han logrado alcanzar el objetivo deseado (p.11). Ello permite analizar que el abordaje de estos procesos de cooperación y desarrollo, que, a su vez, implican modelos de comunicación. Considera Servaes (2010) que "...el nuevo punto de partida es el examen de procesos de cambio "bottom-up", enfocados en el autodesarrollo de comunidades locales.

Es precisamente la perspectiva desde y para lo local que fundamenta esta investigación, considerando la comunicación desde las bases, participativa y horizontal.

En contraposición a los abordajes desarrollados con modelos de comunicación vertical, de arriba hacia abajo, y que con aportes importantes no logran precisamente el sentido de participación y pertenencia de las organizaciones locales.

### **2.3 Marco situacional.**

Santa Cruz de Turrialba es un distrito del cantón de Turrialba, provincia de Cartago, que cuenta con una población de 3421 habitantes (Censo del 2002, citado en Durán, 2011, p. 27).

Es una comunidad rural donde se realizan actividades agrícolas como producción de leche y quesos, generándose mayor presión sobre los recursos naturales.

Santa Cruz de Turrialba se caracteriza por su cercanía a áreas silvestres protegidas de administración estatal, específicamente del Parque Nacional Volcán Turrialba y el Monumento Nacional Guayabo. Lo que conlleva a oportunidades de coordinación y apoyo en el campo socioambiental. Asimismo, por su ubicación, una comunidad que es potencialmente vulnerable desde la perspectiva de eventos naturales como erupciones volcánicas y lluvia ácida por la actividad del volcán Turrialba.



Figura N° 1

Mapa de la comunidad de Santa Cruz de Turrialba



Fuente: Google Earth, 2014

### 2.3.1 Asociación de Guías Locales Turi-arva.

La Asociación de Guías Turi-arva se conformó a finales del 2009, es una asociación de guías locales capacitados por el Instituto Nacional de Aprendizaje y reconocidos por el Instituto Costarricense de Turismo. Sus integrantes son jóvenes emprendedores interesados en el campo de la conservación ambiental y el desarrollo de la comunidad de Santa Cruz de Turrialba y otras zonas aledañas. Parte de su accionar está vinculado con el servicio de guiado, a sitios de interés ecoturístico, pero además se han incorporado al desarrollo de actividades o proyectos de educación ambiental en la zona.

La Asociación Turi-arva la conforman ocho jóvenes emprendedores. El grupo en sus inicios estaba integrado por 14 jóvenes de las comunidades de Santa Cruz, La Pastora, Calle Vargas, Guayabo Arriba, San Antonio, San Rafael y Verbena Norte (distritos de Santa Cruz y Santa Rosa de Turrialba), sin embargo como parte de las limitantes de poder gestionarse como organización auto suficiente y proveer de fuente de empleo permanente a los integrantes, se ha desarrollado un proceso de retiro de algunos o de

mantenerse como socios no activos, por lo que generarán una nueva etapa de afiliación durante el 2014, que hasta la conclusión de esta investigación no se ha realizado.

Los jóvenes que conforman la asociación de guías se caracterizan por:

- Conllevan un proceso de formación como guías debidamente certificados por el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA).
- Han finalizado la educación secundaria.
- En su inicio generaron la asociación como oportunidad para generar empleo en la misma zona, específicamente como guías locales en el Parque Nacional Volcán Turrialba.

Al no consolidarse opciones de servicio guiado para la asociación, su actividad económica se complementa con otras fuentes de ingreso, por ejemplo:

- Apoyan como guías a otra asociación de guías locales de la zona de Guayabo de Turrialba y para la Fundación para el Desarrollo de la Cordillera Volcánica Central (FUNDECOR) en el desarrollo de giras educativas, en forma ocasional.
- Tres de los integrantes cursan actualmente estudios universitarios
- Una integrante labora como asistente de posgrado en el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE).
- Un integrante también labora como guía para otra asociación de guías locales en la comunidad de Guayabo de Turrialba.

- Un joven es artesano y visualiza la asociación como oportunidad para generar su emprendimiento.

#### **2.4 Marco legal o normativo.**

De acuerdo con el artículo 5, de la Ley de Asociaciones 218 de nuestro país, la Asociación Turi-arva debe "...constituirse mediante un ordenamiento básico que rija sus actividades y que se denominará "Estatutos" (p.2) y según el estatuto de dicha agrupación está inscrita como Asociación de Guías Locales Ambientales del volcán Turrialba - Costa Rica-Turi-arva, para lo cual corresponde la aplicación de la legislación vinculada con la ley mencionada.

De igual forma como guías certificados están regulados con el reglamento de guías del Instituto Costarricense de Turismo, Decreto N° 31030-MEIC-TUR publicado en La Gaceta 52, del 14 de marzo de 2003 (ICT, s.f., p. 1).

Según el artículo 8 del mencionado reglamento se define el guía local como:

Aquella persona que tiene conocimientos básicos sobre los sitios turísticos de su localidad, así como de su flora y fauna silvestre y patrimonio cultural de la región. El ámbito de actuación se limitará a la localidad autorizada por el Instituto, para lo cual se tendrá como referencia la zona donde se sitúen las Áreas Silvestres Protegidas" (ICT, s.f., p. 3).

De igual forma organizaciones a las que se afilien como asociación, entre ellas la Cámara de Nacional de Turismo u otras similares, establecen normativas y lineamientos que les vinculan.

En el contexto de proyectos que incorporen procesos de trabajo con la comunidad corresponde la aplicación del reglamento interno y el cumplimiento de sus objetivos como organización.

Este capítulo permitió hacer un recorrido sobre el proceso de investigación generado en Comunicación para el Desarrollo y Comunicación para el Cambio Social, identificándose experiencias a nivel latinoamericano que pueden servir de referente para contextualizar la propuesta de comunicación para la organización Turi-arva, que vinculen en su accionar iniciativas locales. Igualmente se hizo un abordaje teórico sobre esta disciplina, proceso que se complementa con el desarrollo de la propuesta metodológica, que se presenta a continuación.

### **Capítulo III. Metodología.**

Corresponde este apartado a la descripción de la estrategia metodológica desarrollada para el Trabajo de Investigación. Refiere a una investigación cualitativa, la cual se caracteriza por la participación de los sujetos en el proceso de investigación. Considera la definición de categorías directamente vinculadas con los objetivos de la investigación, las técnicas propuestas, las guías para su aplicación, así como los aspectos considerados en el procesamiento y análisis de la información, para el cumplimiento del objetivo propuesto para esta investigación, y así trascender con el aporte social de este trabajo con la organización Turi-arva.

Para los fines de la investigación se seleccionó una organización local que desarrolla procesos o actividades, que se enmarca en una comunidad cercana a algún área silvestres protegida, que posibilite una relación con instancias estatales o no gubernamentales que propicien el apoyo para el desarrollo de iniciativas ambientales, y que, además, la organización esté desarrollando actualmente un proyecto o actividad vinculada con el tema socioambiental.

#### **3.1 Tipo de investigación.**

Este trabajo se enmarca dentro de la metodología cualitativa, desde la perspectiva de la investigación participativa.

De acuerdo con Gajardo (citado en Sandoval, 1996) existen varias opciones dentro de este enfoque de investigación: “Investigación acción, investigación para la acción, investigación en la acción, investigación participativa, investigación militante e investigación acción participativa” (pp. 68-69).

Según el planteamiento de Carlos Sandoval (1996) hay dos aspectos a tomar en cuenta en el momento de optar por un enfoque participativo de investigación:

En primera instancia, la necesidad de adoptar una estrategia de capacitación del tipo “aprender haciendo” orientada a posibilitar que los protagonistas profanos en temas de investigación social o educativa, realicen un trabajo sistémico y riguroso de elicitación, registro y análisis de las percepciones, testimonios, juicios y comprensiones que son aportados por todos aquellos que son convocados para intervenir en las distintas fases de investigación desde su diseño, hasta su uso; pasado por, su implementación y desarrollo.

Y, por otra parte, el interés por retomar la comprensión que de su realidad social y material tienen aquellos que la viven cotidianamente. La diferencia con otras alternativas de investigación cualitativa estriba en que la comprensión en sí misma, no constituye el fin último de la investigación, sino que más bien se le ve como un medio para orientar la planeación de la acción social organizada, que se encausa a la transformación de algún tipo de realidad social le que resulta insatisfactoria al grupo humano involucrado en el proceso investigativo (pp. 69-71).

Para efectos de esta investigación, se rescata el segundo apartado, orientado a comprender la realidad desde la experiencia de comunicación y necesidades, y como medio para planificar un proceso de transformación de la realidad, por medio de los mismos sujetos de investigación.

De igual forma, se considera para este trabajo el planteamiento del investigador colombiano Fals Borda (citado en Montañés, 2009) con respecto a que el método de la Investigación Participativa se estructura en cuatro pasos:

- a. La investigación colectiva o de grupos.
- b. La recuperación histórica.
- c. La valoración y utilización de elementos de la cultura popular.
- d. La comunicación multivocal de los trabajos (p. 42).

Tomando las características antes citadas, la investigación desarrollada coincide, precisamente, con el trabajo con actores sociales a nivel local en la fase de recolección de información, así como para generar la memoria colectiva y, por tanto, a dinamizar por medios alternativos de comunicación comunitario.

De acuerdo con Mora (2005), el enfoque cualitativo se caracteriza por ser: “Holístico, integral, trata de comprender los motivos que generan las reacciones humanas, en su propio contexto” (p. 90) y porque “...no busca la generalización.sino que es ideográfica y se caracteriza por estudiar una situación concreta” (p. 91).

Es una investigación descriptiva considerando lo planteado por Hernández, Fernández y Baptista (1991) que refiere a que este tipo de estudios “...miden de manera más bien independiente los conceptos o variables con los que tienen que ver” (p. 46), en este caso, describir el proceso de comunicación para el cambio social, de acuerdo con la percepción de diversos exponentes de esta área de la Comunicación, así como incorporando la percepción de los sujetos de investigación. Igualmente de acuerdo con Dankhe (citado en Hernández *et al.*, 1991) “...requiere considerable conocimiento del área que se investiga para formular las preguntas específicas que busca responder” (p. 46).

Asimismo, es una investigación explicativa porque de acuerdo con Hernández *et al.*,(1991) está orientada a: “Proporcionar un sentido de entendimiento del fenómeno a que hacen referencia y su interés es explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da este” (p.49).

Lo anterior permite responder y explicar el problema y los objetivos propuestos para esta investigación.

### **3.2 Fuentes de información.**

Considera tanto fuentes de información primaria como secundarias. De acuerdo con Dankhe (citado en Hernández *et al.*, 1991) las fuentes primarias o directas proporcionan datos de primera mano. Corresponden a libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, tesis, trabajos presentados en conferencias o seminarios, testimonios de expertos, entre otros (p. 23). En este contexto, se ubica la literatura de los investigadores en comunicación para el Cambio Social consultados, entre ellos las investigaciones, publicaciones y artículos de Luis Ramiro Beltrán, Alfonso Gumucio, Jesús Martín-Barbero, Francisco Sierra, Alejandro Barranquero, Rosa María Alfaro, entre otros representantes del área de Comunicación para el Desarrollo y Comunicación para el Cambio Social en Latinoamérica y España. Igualmente, considera aquella información generada de primera mano a expertos en comunicación, actores vinculados con el apoyo y desarrollo de proyectos y a los miembros de la organización Turi-arva.

Asimismo, consideran diferentes compilaciones, resúmenes y otros documentos que según Hernández, *et al.* (1991) reprocessan información de primera mano y que corresponden por tanto a fuentes secundarias (p. 23). Ejemplo de ello la literatura sobre comunicación de Mario Kaplún, Paulo Freire, relecturas del trabajo de Luis Ramiro Beltrán, Alfonso Gumucio y otros investigadores, así como la experiencia de la Plataforma de la Comunicación para el Desarrollo.

### **3.3 Sujetos de información.**

Corresponde a los actores sociales que participan voluntariamente en esta investigación, que integran o son parte de la organización local seleccionada para el desarrollo de esta investigación. Asimismo, representantes de organizaciones que desarrollan experiencias de comunicación en el campo socioambiental, que permita el intercambio y socialización de las experiencias que han realizado o están ejecutando.



En el proceso de investigación participaron miembros de la Asociación de Guías Locales Turi-arva, específicamente en la sesión de talleres: José Casasola, Karla Gómez, Nancy Solano, Karen Castro, Alejandro Calderón y William Pereira.

De igual forma se consultó a representantes de organizaciones de las siguientes instancias: Yesenia Salazar, Directora de Kerigma Comunicación; Felipe Carazo, Director de FUNDECOR y exfuncionario de TNC; Ivannia Vargas, Directora de Educación Ambiental y Áreas Protegidas de FUNDECOR; Lilliana León y Sandra Salazar, Directora y Coordinadora de Capacitación, respectivamente, del Centro de Comunicación Voces Nuestras y Mildred Jiménez, Coordinadora de la Maestría de Práctica del Desarrollo del CATIE.

Asimismo, se estableció contacto con los siguientes colaboradores para el proceso: Gustavo Jiménez, Coordinador de Responsabilidad Socioambiental del SINAC; Alejandra Fernández de Canal 15 de la UCR, Eduardo Ureña, Asesor de Ciencias del Ministerio de Educación Pública (MEP) en Turrialba; Massi Devoto de la agencia de turismo Explor Natura y Maximiliano Castillo, representante de un colectivo de organizaciones relacionado con la gestión de corredores biológicos, específicamente del Consejo Local del Corredor Biológico Cordillera Volcánica Central-Talamanca.

Igualmente, a nivel de Santa Cruz de Turrialba se contactó a Reina Sánchez, Encargada de Turismo y Educación Ambiental del Parque Nacional Volcán Turrialba; Hermis Serrano, funcionario del centro educativo de la comunidad; Rónald Torres, Administrador de la Asociación de Productores Agropecuarios de Santa Cruz (ASOPROA); Roxana Garita de la Asociación de Acueducto de Santa Cruz (ASADA); Alonso Serrano y Juan Pereira del Supermercado Fasamar; Adrián Zúñiga, propietario del Supermercado Santa Cruz y María Isabel Camacho, representante de la Asociación de Desarrollo Integral de Santa Cruz (ADI) de la comunidad.

### **3.4 Métodos de recolección de la información.**

#### **3.4.1 Técnicas cualitativas propuestas.**

De acuerdo al tipo de investigación participativa, se aplicaron las siguientes técnicas:

- Taller investigativo.

Considerando el objetivo de la investigación, el taller participativo es una técnica que promueve la participación de los diferentes líderes o miembros de una organización local presente en la comunidad. Según Sandoval (1996) permite:

Abordar desde una perspectiva integral y participativa, situaciones sociales que requieren algún cambio o desarrollo. Esto incluye partir desde el diagnóstico de tales situaciones, hasta la definición y formulación de un plan específico de cambio o desarrollo, pasando por sus etapas intermedias, por la identificación y valoración de las alternativas más viables de acción. (pp. 146-147).

Se considera el planteamiento de Sandoval (1996) respecto a que “comprende cuatro etapas, a saber: Encuadre, diagnóstico, identificación -valoración y formulación de las líneas de acción requeridas y, por último, estructuración y concertación del plan de trabajo” (p. 147), que para la investigación son los aportes fundamentales para la propuesta de comunicación de la Asociación Turi-arva.

Se desarrolló desde la fase previa a la investigación, para proponer la realización del estudio a la organización Turi-arva. De igual forma, mensualmente, se llevaron a cabo talleres participativos con algunos de los miembros de la Asociación Turi-arva. Vale agregar que todas las actividades se desarrollaron en la comunidad de Santa Cruz de Turrialba, en las instalaciones del Centro de Nutrición y en la denominada “casita del desarrollo”, infraestructura de la ADI de la comunidad. Las fechas en que se realizaron

eventos con los jóvenes son las siguientes: 24 de enero, 10 de febrero, 24 de febrero, 10 de marzo, 2 de mayo y 31 de mayo del presente año.

- Mapeo social.

El propósito de esta técnica fue identificar o mapear diferentes actores u organizaciones que desarrollan proyectos o experiencias de comunicación en el campo ambiental así como iniciativas que apoyan, promueven o financian proyectos socioambientales a nivel local. De acuerdo con la Fundación Presencia (s.f.) "...permite identificar a todas las personas y organizaciones que pueden ser importantes para la planeación, el diseño, la implementación o la evaluación de un proyecto específico" (p. 1). A partir de ello, se identificó una propuesta de consulta a cada organización para recopilación de experiencias.

Se aplicó en el proceso de identificación de los actores locales, regionales y nacionales que son estratégicos para la organización. En esta experiencia además los integrantes de Turi-arva mapearon dos actores internacionales, resultado del proceso participativo. Igualmente, se aplicó el mapeo a partir de criterios previamente identificados por la investigadora, para las organizaciones vinculadas con comunicación y desarrollo de proyectos que pudieran contactarse para el análisis de experiencias analizado en el segundo objetivo de la investigación.

Esta técnica se aplicó en el proceso de investigación y se considera su desarrollo en el capítulo 6, en la actividad 6.2.1 denominada "Elaborando nuestro mapeo de actores: ¿Con quienes nos relacionamos como organización?"

- Entrevistas en profundidad.

Se consideró la aplicación de entrevistas a profundidad bajo la modalidad "estandarizada abierta", de acuerdo con Vallés (1999) prevé la elaboración de un guión de preguntas previamente preparado, pero que la respuesta será libre y abierta según

el aporte de cada participante (p. 180). Esto permite contar con los insumos de los consultados sin generar tensión o presión sobre cada una de los aspectos por analizar.

Durante la investigación en forma previa se identificaron cuatro criterios de selección de organizaciones vinculadas con el desarrollo de procesos de comunicación y/o iniciativas de desarrollo de proyectos, según se detalla:

- Desarrollan procesos socio ambientales a nivel comunal
- Son organizaciones no gubernamentales, cuya área de acción es el contexto socioambiental.
- Poseen información y experiencia en el área de la comunicación social y organizaciones locales.
- Han generado experiencia en el campo ambiental y en la relación con actores sociales.

A partir de ello, se elaboró un registro de potenciales organizaciones, se estableció el contacto vía correo electrónico con el representante correspondiente y aquellos que estuvieron anuentes a participar, se procedió con el desarrollo de la entrevista. (**Anexo N° 2**).

Se realizaron cuatro entrevistas en profundidad a representantes de organizaciones que manifestaron su interés en participar (una empresa de comunicación, una organización no gubernamental que desarrolla procesos de comunicación para el cambio social y comunicación participativa, una organización no gubernamental que realiza proyectos en el campo socioambiental y un centro de investigación, formación de posgrado y extensión).

Por otra parte, durante los días del 6 al 15 de mayo se realizó la consulta sobre percepción que tiene la comunidad respecto de la Asociación Turi-arva, aplicándose específicamente en el ámbito local según se detalla:

- a. Sector educativo: Escuela Santa Cruz.
  - b. Sector comercial: Supermercado Fasamar y Supermercado Santa Cruz.
  - c. Sector turismo: Agencia Explor Natura, Turrialba.
  - d. Sector organizaciones locales: ADI Santa Cruz.
  - e. Sector productivo: ASOPROA
  - f. Sector interinstitucional: Consejo Local CBCVCT
- Grupos de discusión (grupo focal).

Considerando los aportes de Vallés (1999) es viable la combinación de la técnica de grupo de discusión con otras técnicas cualitativas, visualizando el grupo de discusión o sesión de grupo como un mecanismo rápido que permitiera contar con el aporte tanto de los especialistas a consultar, como de los representantes de las diversas instituciones, organizaciones y comunidades (p. 301). Otro aspecto que fundamenta su selección es la flexibilidad de la técnica, ya que de acuerdo con Stewart & Shamdasani (citados en Vallés, 1999) permite “indagar sobre una gran variedad de temas, con personas diversas y en diversidad de ambientes” (p. 304).

Esta técnica en principio fue considerada como fundamental para complementar el aporte de expertos y la validación, sin embargo durante el proceso influyeron aspectos como tiempo y espacio para coincidir a los potenciales participantes. Se aplicó a lo interno de la organización Turi-arva en el análisis de los mecanismos de comunicación. (**Anexo N° 3**)

- Cuestionario.

Se aplicó una consulta mediante cuestionario (**Anexo N° 5**), como alternativa adaptada a la técnica de “Test de usuarios” para analizar algunas características de usabilidad del sitio web de la organización “www.turiarva.com”, que aportó al objetivo específico 3 relacionado con el diagnóstico de necesidades de comunicación de la asociación.

Se contó con respuesta de siete personas de 10 consultadas, según se detalla más adelante, los cuales se identificaron a partir del mapeo social realizado para la organización. Se consideraron los dos sectores más representativos, específicamente, actores locales y nacionales, que corresponden a un 65,5% y 24,1%, respectivamente, de los aliados identificados. La consulta se desarrolló del 26 de abril al 15 de mayo del 2014.

Se realizó un análisis de la página web considerando la importancia de estos espacios en los procesos de comunicación y gestión de las organizaciones, tanto nacionales, regionales como locales.

Dada la limitación de los potenciales participantes para reunirlos en un mismo sitio y aplicar un test de usuarios del sitio web, se identificó como alternativa el desarrollo de la consulta digital por medio de la plataforma “surveymonkey.com” que incorpora la opción de remitir vía correo electrónico a cada destinatario y considera un recopilador de dicha información. Esta herramienta además será un recurso por compartir con la Asociación de Guías Locales de Turi-arva, considerando que hasta 10 preguntas puede utilizarse en forma gratuita.

Se aplicó la herramienta a representantes de organizaciones, previamente identificadas por el mapeo de actores, que se caractericen por los siguientes aspectos:

- Tienen acceso a internet
- Utilizan internet una vez por día, al menos cinco días a la semana
- Que sean representantes o funcionarios de algunas de las organizaciones locales y nacionales que hayan sido identificados como actores clave en el mapeo realizado para la Asociación Turi-arva.

Como limitación en el proceso debe indicarse que no todas las personas consultadas respondieron.

Se analizaron los siguientes aspectos del sitio web de Turi-arva:

- a. Tipo de organización a la que refiere el sitio web
  - b. Información estratégica de la organización: Visión, misión y objetivos
  - c. Elemento gráfico de la organización
  - d. El sitio invita a buscar más información
  - e. Información específica sobre tours, artículos y eventos
  - f. Aportes o recomendaciones para mejorar el sitio web de la Asociación Turi-arva como un mecanismo de comunicación con organizaciones locales.
- Lista de cotejo.

Esta técnica se aplicó en el proceso de validación de herramientas de comunicación (**Anexo N° 6**). Se elaboraron criterios para validar cada una de las actividades propuestas, y se complementó mediante consulta individual a expertos, por medio de correo electrónico.

En el proceso de validación se contó con la participación de:<sup>1</sup>

- Jorge Segura, Antropólogo, funcionario de la Oficina de la Persona Joven, con experiencia en trabajo con el sector de juventud y organizaciones locales.
- Andrea Amighetti Ledezma, Máster en Comunicación de la UCR, quien labora en una organización ambiental.

De igual forma, el proceso de investigación participativa es fundamental contar con la validación de la organización que implementará las herramientas diseñadas, para lo cual se realizó un taller de validación el 31 de mayo del 2014.

---

<sup>1</sup>Se invitaron a siete expertos, del campo de comunicación, desarrollo de proyectos y sector juventud, se obtuvo anuencia de tres, respondiendo únicamente dos.

El proceso de validación se realizó del 26 de mayo al 4 de junio.

- Observación participante.

Durante todo el proceso, se aplicó la observación, permitiendo captar la realidad propiamente por la investigadora. Esta observación ayudó no solo a contar con los referentes de las personas entrevistadas o participantes en grupos focales, sino que es un mecanismo más directo, partiendo de los objetivos propuestos para la investigación. **(Anexo N° 8).**

### **3.4.2 Muestra**

De acuerdo con Carlos Sandoval, investigador cualitativo (1996) en este tipo de investigación “el muestreo es progresivo y está sujeto a la dinámica que se deriva de los propios hallazgos de la investigación” (p. 120). Se fundamenta en este trabajo un muestreo por conveniencia, ya que “...tiene su origen en consideraciones de tipo práctico en las cuales se busca obtener la mejor información en el menor tiempo posible, de acuerdo con las circunstancias concretas que rodean tanto al investigador como a los sujetos o grupos investigados” (p. 124).

Específicamente, para el objetivo específico 3 referido al diagnóstico de necesidades de comunicación y de acuerdo con Sandoval (1996) respecto de la dinámica de investigación, se generó por medio del mapeo de actores, la identificación de 58 organizaciones. A partir de ello, la aplicación del cuestionario sobre el sitio web de la asociación Turi-arva se aplicó a 10 personas vinculadas con los dos grupos más representativos en dicho mapeo, a saber: Local (65,5%) y nacional (24,1%), categorizándose cada uno de ellos por sectores, por ejemplo, en el ámbito local en: Turismo, organización local, institución pública, educación, productivo, academia y municipal. Por su parte, a nivel nacional: Turismo, institución pública y medio de comunicación.



De igual forma, en complemento al diagnóstico, se realizó la entrevista sobre percepción de la organización a seis personas, fundamentado igualmente en la categorización de los actores a nivel local.

### **3.5 Identificación de categorías**

Se analizan a partir de los objetivos planteados para este trabajo final de graduación, las siguientes categorías descritas en la Tabla N° 1.

Tabla N° 1

Categorías de investigación

Objetivo	Categorías	Dimensiones o subcategorías	Conceptualización (qué se entiende por)	Operacionalización (qué y dónde lo observamos)	Instrumentalización (con qué lo determinamos)
a. Comparar la evolución histórica del concepto de comunicación para el cambio social incluyendo los modelos de Comunicación para el Cambio Social para determinar el idóneo en el contexto de la Asociación Turi-arva.	Conceptualización teórica del desarrollo y de la comunicación desde cada perspectiva	Abordaje del desarrollo y de la comunicación desde cada perspectiva	Definición de desarrollo desde cada perspectiva  Qué es comunicación para el Cambio Social desde cada perspectiva	Enfoque planteado por cada autor	Revisión documental  Identificación o reconocimiento de características de cada perspectiva de comunicación
b. Analizar experiencias comparadas en materia de comunicación participativa y cambio social que desarrollen organizaciones involucradas en temas de participación socioambiental con el fin de identificar prácticas comunes que puedan significar	Experiencias de organizaciones en materia de comunicación	Elementos que destacan de cada experiencia  Elementos que llama la atención para socializa o compartir	Identificación de experiencias  Aportes a la construcción de propuesta de comunicación	Sistematización de experiencias de cada organización	Guía de entrevista a representantes de organizaciones involucradas en temas de comunicación y proyectos

aportes a la propuesta de comunicación de la Asociación Turi-arva.					
c. Elaborar un diagnóstico de necesidades de comunicación para la Asociación de Guías Locales Turi-arva.	Comunicación organizacional	Necesidades de comunicación	Identificación de necesidades de comunicación	Extracción y enumeración de necesidades identificadas	Guía de trabajo en grupo
			Identificación de mecanismos de comunicación utilizados		FODA
		Percepción de la organización	Identificar aspectos de cómo percibe la comunidad a la organización	Sistematización	Mapeo Social
		Uso de TIC (Tecnologías de información y comunicación)	Facilidad de acceso y uso TIC		Guía de entrevista sobre percepción de la comunidad
				Usos por parte de los miembros de Turi-arva	Guía de trabajo en grupo
				Revisión de sitio web de la organización por parte de los usuarios	Consulta sobre facilidad de acceso y búsqueda de información del sitio web Turi-arva

<p>d. Elaborar y validar una propuesta de comunicación para la Asociación de Guías Locales Turi-arvacon apoyo de las tecnologías de información y comunicación</p>	<p>Estrategias de comunicación y TIC  Uso de TIC</p>		<p>Identificación de estrategias (de comunicación y uso de TIC)</p>	<p>Procesamiento de datos y análisis de información</p>	<p>Análisis y contrastación de datos a partir de los cuales se elabora propuesta de comunicación  Validación</p>
--	--	--	---	---	--

### **3.6 Procesamiento y análisis de la información.**

Según lo plantea Sandoval (1996) corresponde el almacenamiento de datos según el tipo de técnica o estrategia utilizada (p. 148). Para efectos de las entrevistas a profundidad, grupos de discusión y talleres se complementará el sistema de almacenamiento por medio de grabación de la información y notas.

De acuerdo con Sandoval (1996) se hará una recopilación total, descriptiva o textual de toda la información recopilada. Posteriormente se definirán categorías que permita ir clasificación o reubicando la información, esto a partir de las categorías de la investigación. Asimismo y de acuerdo con Sandoval se realizará una interrelación de las categorías identificadas y generar otras categorías de segundo orden, que permita posteriormente generar matrices o cuadros que vinculen los datos recopilados con el análisis de las variables, y generar el proceso de análisis e interpretación de la información (pp. 150-151).

Según Sandoval (1996), para generar el proceso de significación se considerará: La identificación de patrones o temas, la agrupación de información, el conteo y las comparaciones (pp. 152-154).

Como parte del proceso participativo que se realizará, se procederá a la “triangulación” de la información generada por medio de la aplicación de técnicas que complementen la construcción participativa de nuevo conocimiento, tal y como lo define Miguel Vallés (citado en Alberich, s.f.) que conceptualiza la triangulación como “...la aplicación de distintos métodos y técnicas en el análisis de un mismo problema o fenómeno social” (p. 4).

Las pautas para el desarrollo del trabajo de investigación fueron definidas, teniendo en cuenta de que es un proceso social, que avanzó en el tiempo y disponibilidad de los actores participantes en esta investigación. Las formas de abordaje se definieron, no obstante un punto de partida fue la socialización y consenso de la propuesta metodológica con la organización local para compartir percepciones y se validó el proceso metodológico fundamentado en un enfoque participativo.

Tabla N° 2  
Resumen Metodológico

Objetivos	Técnicas	Instrumentos	Fuentes y sujetos de información
<p>a. Comparar la evolución histórica del concepto de comunicación para el cambio social incluyendo los modelos de Comunicación para el Cambio Social para determinar el idóneo en el contexto de la Asociación Turi-arva.</p>	<p>Revisión documental</p>	<p>Revisión documental para el análisis de cada modelo</p>	<p>Primarias y secundarias: Revisión documental de estudios de investigadores en Comunicación para el Cambio Social</p>
<p>b. Analizar experiencias comparadas en materia de comunicación participativa y cambio social que desarrollen organizaciones involucradas en temas de participación socioambiental con el fin de identificar prácticas comunes que puedan significar aportes a la propuesta de comunicación de la Asociación Turi-arva.</p>	<p>Mapeo social</p> <p>Entrevista (consulta a expertos)</p>	<p>Guía para el mapeo social</p> <p>Guía de entrevista</p>	<p>Representantes de ONG locales, regionales o nacionales que desarrollen acciones en el campo socioambiental y de comunicación.</p>

<p>c. Elaborar un diagnóstico de necesidades de comunicación para la Asociación de Guías Locales Turi-arva.</p>	<p>Taller participativo</p> <p>Grupo focal</p> <p>FODA</p> <p>Mapeo de actores</p> <p>Entrevista a actores locales sobre percepción de la comunidad con respecto a Asociación Turi-arva.</p> <p>Cuestionario sobre sitio web</p>	<p>Estructura de taller / programa</p> <p>Guía de preguntas para grupo focal</p> <p>Guía para aplicación de FODA</p> <p>Guía para Mapeo de actores</p> <p>Guía de entrevista</p> <p>Cuestionario sobre aspectos usabilidad y búsqueda de información.</p>	<p>Miembros de Asociación Turi-arva.</p> <p>Actores locales identificados</p> <p>Actores locales y nacionales identificados por la Asociación Turi-arva.</p> <p>Actores locales y nacionales identificados por la Asociación Turi-arva.</p>
<p>d. Elaborar y validar una propuesta de comunicación para la Asociación de Guías Locales Turi-arva con apoyo de las tecnologías de información y comunicación</p>	<p>Talleres participativos</p> <p>Entrevista (Consulta a expertos)</p>	<p>Estructura / guía del taller</p> <p>Lista de cotejo para validación</p>	<p>Miembros de organización local</p> <p>Facilitadores / comunicadores de ONGs y otras instancias vinculadas con comunicación</p> <p>Profesionales de comunicación / diseño que trabajen en TIC</p>

## **Capítulo 4. Definición de modelo de comunicación para el cambio social recomendado para el contexto de la Asociación Turi-arva.**

### **4.1 Breve descripción de los paradigmas del desarrollo.**

La Comunicación para el Cambio Social surge del proceso mismo de la visión del “desarrollo”, término que genera diferentes connotaciones sociales, económicas, ambientales y políticas. Como punto de partida “el desarrollo” es una concepción occidental que surge posterior a la segunda guerra mundial, “desarrollo” entendido como la superación o a la alternativa al subdesarrollo; por ello, las connotaciones de países desarrollados versus países en desarrollo, brecha entre países ricos y países pobres o el abordaje Norte – Sur. Lo anterior conlleva que además este concepto parte de una visión o estrategia geopolítica del Norte hacia el Sur.

A partir de lo anterior, se analiza el abordaje del “desarrollo” de Rafael Obregón (2009) a partir de tres paradigmas o enfoques del desarrollo, desde su visión clásica hasta la perspectiva integral, según se detalla a continuación:



Tabla N° 3

Visión de desarrollo según paradigma según Obregón (2009).

Paradigma dominante	Paradigma de la dependencia	Paradigma alternativo
<p>Desarrollo “como el crecimiento de la producción y el comercio, lo cual requiere de tecnología que permita alcanzar niveles de masificación y consumo óptimos”.</p> <p>Conocido también como el modelo de modernización o difusionista, se caracterizaba por asumir el desarrollo como un proceso deseable, necesario y homogenizador en el que los modelos a seguir eran los de occidente (Estados Unidos y Europa Occidental). (Obregón, 2009, p. 2).</p> <p>Es en este enfoque que se enmarca la visión de desarrollo de la CEPAL, donde prevalece la perspectiva de crecimiento económico.</p>	<p>Este enfoque es una respuesta al paradigma dominante y está vinculado a la “la necesidad de buscar alternativas de desarrollo que permitan enfrentar las relaciones de desigualdad que dominan las relaciones entre países, que en esencia son la principal causa del subdesarrollo”.</p> <p>Este modelo “cuestionó el desarrollo capitalista pero no el desarrollo, y postuló un desarrollo socialista, o desarrollo con equidad” (Escobar, 2003 citado por Obregón, 2009, p. 3)</p>	<p>Considera el desarrollo como un “proceso participativo de cambio social con la intención de generar avances sociales y materiales (incluyendo mayor equidad, libertad y otros valores cualitativos) para la mayoría de la gente a través de un mayor control del entorno por parte de las comunidades” (Rogers, 1989 citado por Obregón, 2009: 4-5).</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de Obregón (2009).

En el marco de esta investigación, se fundamenta la visión de un desarrollo integral, equilibrado, con participación y que toma en cuenta la diversidad cultural, fundamentado en el paradigma alternativo del desarrollo, a partir de la conceptualización de Sierra (1997) que corresponde a “...un proceso global de transformaciones sociales, culturales y económicas, mediante la movilización y la participación popular de los agentes locales, orientado por el fin de dar plena satisfacción a las necesidades económicas, sociales y culturales” (p. 774).

#### **4.2 Definiendo un modelo de comunicación**

De acuerdo con el planteamiento de Sarvaes (2000) la comunicación para el desarrollo tiene como punto de partida la comunidad (p. 8) asimismo indica que existen “...dos enfoques principales de la comunicación participativa que en la actualidad son aceptados como de sentido común” (p. 22) y que están referidos según este investigador a:

- Pedagogía dialógica de Paulo Freire, vinculada con procesos de participación desde las bases, como proceso educador, liberador y transformador.
- Asimismo, el enfoque que incorpora las ideas de acceso, participación y autogestión articuladas en los debates de la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Educación y la Cultura (UNESCO) de la década del 70.

En complemento a lo anterior el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (2011) refiere a que el modelo de comunicación para el desarrollo formulado por la UNESCO, considera como principios de la comunicación:

- “Procesos participativos que comprometan activamente a los colectivos más pobres y aceleren las respuestas eficaces a los desafíos del desarrollo
- Alianzas que fomenten el cambio y la solidaridad
- Perspectiva de género

- Igualdad
- Diversidad
- Tolerancia (PNUD, p. 34).

Figura N° 2

Modelo de Comunicación de la Organización de las Naciones Unidas  
para la Ciencia, la Educación y la Cultura

## ENTORNO PROPICIO



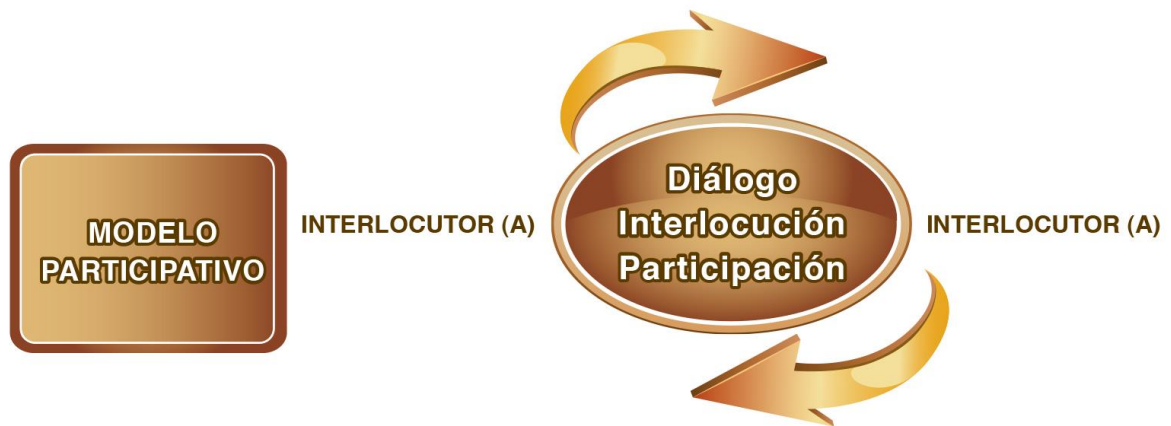
Fuente: Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (2011).

Este modelo se fundamenta a partir de un proceso de apoyo y fortalecimiento a organizaciones pero desde un entorno institucional, y en este caso desde la cooperación internacional. Se centra en la comunicación como proceso y no en los sujetos o interlocutores del proceso de comunicación, el cual si está considerado como uno de los elementos que lo integran y que corresponde a “sociedad abierta con plena participación en la configuración del desarrollo” tal y como se refleja en la gráfica.

Por otra parte, León *et al.* (s.f.) del Centro de Comunicación Voces Nuestras plantea el modelo participativo donde los interlocutores o comunicadores tiene un papel de doble vía en constante interacción y que rescata los principios del diálogo, la interlocución y la participación:

Figura N° 3

Modelo de comunicación participativa del Centro de Comunicación Voces Nuestras



Fuente: León *et al.* (s.f.).

De igual forma el modelo de comunicación para el cambio social propuesto por Beltrán (1979) que resalta el papel de comunicadores como sujetos participantes en el proceso, así como los principios de acceso, diálogo y participación:

Figura N° 4

Modelo de comunicación propuesto por Luis Ramiro Beltrán



Fuente: Beltrán (1979)

Este modelo de Beltrán (1979) considera que todas las personas somos comunicadores, por tanto tenemos la capacidad de recibir y emitir mensajes (p. 30) y la necesidad de comunicación entendida como "...demanda natural individual como un requerimiento de la existencia social para usar los recursos de comunicación a fin de entrar a compartir las experiencias por interacción mediada por símbolos (p. 31). Lo anterior tomando como ejes fundamentales el acceso, el diálogo y la participación.

Se fundamenta para este proyecto los aportes de dos modelos, el enfoque de comunicación participativa generado por León *et al.* del Centro de Comunicación Voces

Nuestras y el planteado por Luis Ramiro Beltrán, por cuanto ambos modelos visualizan la comunicación como un proceso que toma en cuenta las siguientes características, generadas a partir del análisis:

- a. Horizontal, se genera la comunicación en todos los niveles y se interactúa entre los diferentes sujetos participantes en el proceso de comunicación.
- b. Participativo, a lo interno de la organización y en relación con los grupos meta o actores sociales con los que se desarrolla. Además porque propicia un enfoque de participar en la acción, en la transformación de procesos, en este caso desde el contexto local. Todos los miembros son parte del proceso de comunicación, en forma activa por medio de su papel de facilitadores, propicia la comunicación desde y para la comunidad y para la organización local.
- c. Parte del contexto, la comunicación propuesta en este modelo, se debe fundamentar en las características en las que se desarrolla la organización local.
- d. Rescata el diálogo, la construcción colectiva y el empoderamiento de la comunidad en la búsqueda de soluciones o transformaciones a su realidad local. Busca la incidencia de la organización local, en este caso la Asociación Turis-arva en la solución de los problemas y en su rol de influir con otros líderes comunales, como facilitadores de procesos de comunicación participativa que fundamenta el cambio, en el contexto de análisis, en el campo socioambiental.

Este análisis del enfoque del desarrollo desde el paradigma dominante, de dependencia y el alternativo analizados a partir del trabajo de Obregón (2009) se articula además con el aporte de los modelos de comunicación de UNESCO, Voces Nuestras y L. R. Beltrán, se fundamentan desde dos ámbitos: El contexto local y el institucional. Por ello de los modelos citados, se vinculan con la propuesta elaborada en esta investigación, los que rescatan la participación, la interlocución y el diálogo, asimismo el rol del nuevo comunicador, como facilitador de procesos locales.

## **Capítulo 5. Análisis y resultados.**

### **5.1 Experiencias de comunicación participativa y de cambio social que desarrollan algunas organizaciones involucradas en temas de participación socioambiental.**

Se identificaron mediante mapeo de actores las organizaciones potenciales a consultar, fundamentado en los criterios descritos en el apartado de metodología, para el desarrollo de entrevistas a profundidad. A partir de ello se caracterizó además por tipo de sector que representan (comunicación u organización no gubernamental con experiencia en desarrollo de proyectos y el trabajo con actores sociales); y se identificó su rango de acción: Nacional, regional o local (**Anexo N° 1**).

Posteriormente en el análisis se describe a cada una de las organizaciones participantes que efectivamente estuvieron anuentes a participar en la entrevista. Resultado de la disposición de las organizaciones se procedió con el desarrollo de la entrevista (**Anexo N° 2**).

En este apartado se rescata experiencias de comunicación desde la perspectiva empresarial y de mercadeo como lo es Kerigma Comunicación, que, a su vez, representa un modelo de negocio exitoso. Asimismo, desde el aporte de un gestor y director de proyectos con experiencia en trabajo socioambiental en diversos contextos sociales, entre ellos comunidades rurales, indígenas, población migrante, así como con tomadores de decisión a nivel nacional e internacional, actualmente Director de la organización FUNDECOR que aportó desde un proceso vivencial en la zona sur y caribe del país por medio de un organismo de cooperación internacional como lo es TNC.

Además, la participación de dos comunicadoras vinculadas directamente con el trabajo de base y la participación social desde una asociación de comunicación costarricense como lo es el Centro de Comunicación Voces Nuestras. En complemento la participación de representante de la Escuela de Posgrado del CATIE, específicamente

del Posgrado Práctica del Desarrollo, con vinculación en el campo académico, investigación y de extensión, y su participación en proyectos.

Si bien todas las experiencias consultadas coinciden con su vinculación en el quehacer socioambiental, su gestión y contexto es diferente, contribuyendo al proceso de construcción en todos los casos, de una propuesta de comunicación a nivel local.

### **5.1.1 Síntesis de las personas entrevistadas y sus organizaciones.**

#### **a. Yesenia Salazar Brenes, socia y directora de Kerigma Comunicación**

Comunicadora y experta en Psicología Grupal. Esta empresa desarrolla procesos de imagen corporativa y cultura organizacional. Como parte de sus clientes están: Banco Nacional, Universidad Earth, Hábitat para la Humanidad, TheNatureConservancy, Fundación para el Desarrollo de la Democracia, entre otros actores. (Kerigma, s.f., sección de ¿Quiénes confían en nosotros?). Lo anterior refleja el trabajo con diversos sectores, tales como productivo, banca, academia, organizaciones no gubernamentales, instituciones públicas, cooperativas y pequeños emprendedores.

#### **b. Felipe Carazo, Director Ejecutivo de FUNDECOR y anteriormente funcionario de la organización no gubernamental TNC**

El desarrollo del proceso de entrevista estuvo enfocado a la experiencia del Sr. Felipe Carazo en su anterior gestión en TNC como Gerente de Estrategias de Conservación y Líder en Cambio Climático para México y Centroamérica.

TNC es una organización internacional que también ha desarrollado gestiones en Costa Rica, especialmente en las zonas del Parque Internacional La Amistad en la Cordillera de Talamanca y en el Parque Nacional Corcovado en la Península de Osa. Es, precisamente, en este contexto de conservación y relación con actores sociales que se rescata la experiencia.

#### **c. Liliana León y Sandra Salazar, Centro de Comunicación Voces Nuestras**



Corresponde a una organización directamente vinculada con procesos de comunicación alternativa y participativa, que desarrollan experiencias con actores prioritarios tales como: Comunidades rurales, mujeres y jóvenes. Entre sus áreas de acción pueden citarse el campo ambiental, derechos humanos, incorporando el derecho a la comunicación.

#### **d. Mildred Jiménez, Escuela de Posgrado, CATIE**

Profesional en Ingeniería Forestal, actualmente coordina las Maestrías de Práctica del Desarrollo y Práctica de la Conservación que imparte el CATIE en Turrialba. De igual forma, es integrante del Consejo Local del Corredor Biológico Cordillera Volcánica Central-Talamanca. En el marco de su gestión se vincula con proyectos de apoyo a organizaciones locales.

En el proceso de consulta se utilizó una guía de entrevista, no obstante en su aplicación y considerando el aporte de experto del entrevistado, fue adaptándose. Se identificaron aspectos de cada experiencia desde la comunicación en la gestión socioambiental. Los resultados generados de las preguntas orientadoras se reflejan en la continuación.

### **5.1.2 Importancia de la comunicación en la organización**

La comunicación para el cambio social es un proceso participativo, dialógico, que surge a partir de la realidad de actores sociales, orientado a buscar alternativas en su gestión. Desde esta perspectiva y como lo apunta Felipe Carazo, Director de FUNDECOR, en ocasiones:

La comunicación se limita a mercadeo y no es así, es muy importante por el tema que las organizaciones no gubernamentales de la sociedad civil son muy débiles en dar un esquema ordenado de la comunicación, de su identidad visual, eso es importante para efectos de tener coherencia estructura y posicionamiento pero el elemento más profundo de la comunicación tiene que ver con cómo lograr a lo interno que haya una comunicación, para que los empleados o las personas

que trabajan en verdad entiendan de que se trata. (F. Carazo, comunicación personal, 24 de febrero, 2014)

Para Yesenia Salazar, Directora de Kerigma Comunicación, "...la comunicación es crucialmente importante en el proceso de relacionamiento con nuestros stakeholders o grupos de interés" (Y. Salazar, comunicación personal, 31 de enero, 2014).

Para Lilliana León y Sandra Salazar del Centro de Comunicación Voces Nuestras, la comunicación es:

Entendida muy ampliamente porque no es solo la comunicación como medios, sino la comunicación como relaciones y como participación, nuestro tema ha sido por mucho tiempo animando procesos de comunicación participativa, como los diferentes grupos sociales, sobre todo grupos en situación de vulnerabilidad participan, se expresan, dialogan y se articulan entre si y también informan acerca de sus agendas, de sus propuestas, denuncias y demandas. (L. León y S. Salazar, comunicación personal, 26 de febrero, 2014).

### **5.1.3 Actores sociales y organizaciones locales.**

Cada uno de los entrevistados refiere a organizaciones no gubernamentales, comunidades, líderes de organizaciones, así como a tomadores de decisión en diferentes niveles. Esto permite considerar que de acuerdo a los grupos o actores con los que se relaciona la organización, así deberán orientarse las estrategias de comunicación.

Tabla N° 4

Actores locales con los cuales desarrollan proyectos, según representantes de organizaciones entrevistadas.

<b>Yesenia Salazar, Kerigma Comunicación</b>	<b>Felipe Carazo desde su anterior gestión en TNC</b>	<b>Lilliana León y Sandra Salazar, Centro de Comunicación Voces Nuestras</b>	<b>Mildred Jiménez, CATIE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• TNC</li> <li>• FUNDECOR</li> <li>• Asociación de voluntarios Asocovirenas en Península de Osa</li> <li>• CATIE</li> <li>• Programa Río Frío</li> <li>• Corredor Biológico Los Malekus</li> <li>• Fundación Neotrópica</li> <li>• Proyecto Gestión Integral del Territorio</li> <li>• Red Costarricense de Reservas Naturales</li> <li>• Reserva Nacional Pacuare</li> <li>• Guayabo Butterfly</li> <li>• Grupo de Guías de Guayabo</li> <li>• Costa Rica Por Siempre</li> <li>• Bosque</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Red Quercus, organización ambiental local en comunidades aledañas al Parque Internacional La Amistad</li> <li>• Comunidades indígenas y comunidades campesinas en el Caribe Sur y Pacífico Sur de Costa Rica y Panamá</li> <li>• Tomadores de decisión a nivel local, regional, nacional e internacional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizaciones y movimientos sociales, principalmente vulnerables, dando énfasis en temas ambientales y derechos humanos, incluido el derecho a la comunicación</li> <li>• Mujeres indígenas</li> <li>• Mujeres campesinas</li> <li>• Grupos migrantes</li> <li>• Grupos de jóvenes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corredor Biológico Cordillera Volcánica Central-Talamanca</li> <li>• ASADAS</li> <li>• Cooperativas</li> <li>• Organizaciones locales</li> <li>• Comunidades indígenas</li> </ul>

Eterno de los Niños • Comunidades en Golfito, Osa y Los Chiles			
---	--	--	--

Fuente: Elaboración propia a partir de conversaciones personales del 31 de enero, 20 de febrero y 26 de febrero y 6 de mayo del 2014.

#### **5.1.4 Conceptualizando comunicación para el cambio social y comunicación participativa.**

Refiere Yesenia Salazar que “...la comunicación es el proceso en el que diferentes actores abren un espacio de diálogo para la construcción o para el cumplimiento de objetivos estratégicos” (Y. Salazar, Comunicación personal, 31 de enero de 2014).

Sandra Salazar de Voces Nuestras, plantea que “existe toda una discusión conceptual porque incluso comunicación para el desarrollo ha sido ya muy cuestionado el concepto porque se apega a una forma a una visión de desarrollo”, coincidente el planteamiento con Luis Ramiro Beltrán. En este contexto reafirma Salazar que “por ejemplo las Naciones Unidas-UNICEF han sido organizaciones internacionales que se han ocupado de resolver algunas pero al final no con cambios sustantivos tan estructurales, el cual viene del concepto de comunicación para el desarrollo”. (S. Salazar, comunicación personal, 26 de febrero de 2014).

#### **5.1.5 Proyectos que han desarrollado relacionados con comunicación para el cambio social y comunicación participativa.**

En este apartado se identifican experiencias socializadas por los entrevistados y las cuales están vinculadas con el campo socioambiental y el contexto local.

- Proceso de estructuración de la Red Quercus.

Refiere a una experiencia de varias organizaciones ambientales en la zona sur costarricense, cuya área de acción son las comunidades aledañas al Parque Internacional La Amistad, el cual se ubica en la Cordillera de Talamanca y que por tanto incorpora comunidades del Pacífico y Caribe de Costa Rica y Panamá. La experiencia corresponde al proceso de organización y creación de la Red Quercus, experiencia socializada por el Sr. Felipe Carazo.

En el sitio web de la organización Red Quercus precisamente se hace referencia al proceso según se indica:

Alrededor del año 2003, la zona de amortiguamiento del Parque Internacional de La Amistad ya contaba con algunos grupos organizados establecidos y con un estimado de ocho años de trayectoria cada uno. Para ese mismo año se dio el primer acercamiento de esas organizaciones gracias al Proyecto “Parques en peligro” financiado y gestionado por TNC. El propósito de TNC era tratar de fortalecer a los grupos que tenían actividades de colaboración con el PILA, las cuales no tenían nexos entre ellos. (Red Quercus, Historia, párr.1)

Conforman la Red Quercus cuatro asociaciones ambientales: Asociación de Mujeres Organizadas de Biolley (ASOMOBI), Asociación Cámara de Turismo de Santa María de Brunca (ACETUSAMA) y La Asociación de Turismo de Tres Colinas (ASOTUR). Anteriormente también la Asociación de Productores La Amistad (ASOPROLA), que posteriormente decide salirse de la red. Expone Felipe Carazo que:

En mi rol como agente de cambio me correspondía generar esa estructura, pero más que la estructura que es muy importante, fue el proceso de empoderamiento y de generación de autoestima para que las comunidades que están presentes en la zona de amortiguamiento de un área protegida: Parque Internacional La Amistad –PILA- tuvieran un rol en la gestión de ese recurso. El

instrumento de cambio fue la comunicación y el saber aplicar esa comunicación (F. Carazo, comunicación personal, 20 de febrero de 2014).

Incorpora Felipe Carazo dos aspectos importantes, el paisaje rural y todos sus elementos y el tema de geografía social, porque:

Ese lugar es una Cordillera La Amistad-Talamanca, esa cordillera tiene sus cuencas y se va generando una dinámica social. El modelo de desarrollo en la zona genera una carretera en la parte de pie monte y después caminos que accesan a cada zona, con frecuencia esas comunidades, que si bien están cerca unas de otras tenían que desplazarse importantes distancias para comunicarse por carretera.

Muchas comunidades están a 20 km de distancia, una distancia “a vuelo de pájaro” pero tienen que dar una vuelta de 80-90 kilómetros bajando a Buenos Aires, entonces son los centros de conexión Buenos Aires de Puntarenas. (F. Carazo, comunicación personal, 20 de febrero de 2014).

- Movimiento de Agricultura Orgánica.

Esta experiencia es rescatada por Lilliana León y Sandra Salazar del Centro de Comunicación Voces Nuestras. Se desarrolló un trabajo que permitió incidir en el proceso de elaboración de la Ley de Agricultura Orgánica. Plantean que:

El movimiento de agricultura orgánica empieza precisamente con un plan estratégico, entonces se trabaja un plan con las organizaciones y de ahí surge la semana agroecológica, que luego se convirtió cada año en una gran estrategia que partía desde lo local hacia lo nacional. Luego a la par de eso se empezó un trabajo ya no tanto de nosotros sino de otras organizaciones (L. León y S. Salazar, comunicación personal, 26 de febrero de 2014).

Para el proceso de la Ley de Agricultura Orgánica comparten la experiencia L. León y S. Salazar respecto a que:

Nosotros acompañábamos también esa parte pero fue interesante porque era tomar varias cosas al mismo tiempo, la incidencia en la Asamblea, por medio de educación a nivel de la población de que entendiera que es la agricultura orgánica, se comprometiera y conociera que existían los productos...

...La agricultura orgánica era muy marginada, cuando se hablaba de agricultura orgánica la gente entendía que es todo lo chiquitito y feo porque supuestamente como no tenía químicos entonces no se desarrollaba y fue un mito que se logró romper porque entonces empezamos a mostrar cosas buenas, esto está producido con agricultura orgánica y eran así cosas grandotas..., fue un proceso de educación para que la gente aceptara de que era necesario tener una ley, fue un proceso y duró, en cuanto a la comunicación nosotros la vemos como proceso” (Comunicación personal, 24 de febrero de 2014).

- Procesos de incidencia.

Desde la gestión de la comunicación participativa se desarrollaron consultorías por parte del Centro de Comunicación Voces Nuestras:

Trabajamos con la UICN apoyando a grupos o consorcios en varios países en donde las organizaciones tenían que crear su propia plataforma de incidencia pero que además a lo interno, la palabra consorcio les remitía también a la parte productiva, entonces mucho de los trabajos que ellos tenían dentro del trabajo estaban vinculadas con las mujeres indígenas, a la creación de un albergue o cosas así y de ese trabajo salió un documento que se llama “Guía de comunicación para incidencia”, el cual salió con sello de UICN, pero nosotros lo hicimos con grupos o consorcios a nivel de la región centroamericana. (L. León y S. Salazar, comunicación personal, 26 de febrero de 2014).

Además comparten Sandra y Lilliana que Voces Nuestras trabajó en el Área de Conservación Arenal, por medio de la elaboración una serie de radio que se llamaba Arenal corazón energético de Costa Rica. El proceso de producción no se realizaba en la organización, “se hacía allá, se trabajaba dependiendo del tema, por ejemplo con los cazadores; esa experiencia fue interesante porque además se colocó en las radios locales” (Comunicación personal, 26 de febrero de 2014).

También, desde Voces Nuestras se ha trabajado la producción de radio novelas, por ejemplo siempre partiendo de testimonios, casos reales de las comunidades, por ejemplo la radio novela “Tiempo de huracanes” y “Río arriba” que tenía que ver con ambiente y “Lomas de pasión” que analizaba la temática de cómo las comunidades planteaban su propio desarrollo”. Esta radio novela “Lomas de pasión” surge de la problemática que estaba viviendo la zona norte con la minería a cielo abierto, realmente ese era como el tema de fondo pero no lo pusimos como minería en ese momento sino como el agua, es toda una estrategia elaborar la producción desde los casos de la comunidad, producirla y luego hacer una campaña centroamericana con organizaciones que tenían que ver con el tema es básicamente con radio novelas la producción que se hacía además se pasaba por las radios. (L. León y S. Salazar, comunicación personal, 26 de febrero de 2014).

Desde Voces Nuestras en la región centroamericana además han realizado experiencias con diversas organizaciones locales en el campo ambiental:

En Guatemala, trabajamos con 25 municipios desarrollando equipos y estrategias de comunicación, en este caso era en el tema de gestión del riesgo, pero como gestión del riesgo tiene que ver con varias cuestiones del entorno y de la organización social. (L. León y S. Salazar, comunicación personal, 26 de febrero de 2014).



- Posgrado en Práctica del Desarrollo del CATIE.

La M.Sc. Mildred Jiménez como parte su gestión rescata la experiencia del apoyo de estudiantes de la maestría en procesos en comunidades, para lo cual deben contribuir a generar en los estudiantes habilidades en el campo de gestión del conocimiento y comunicación (Comunicación personal, 6 de mayo de 2014). En este contexto han generado trabajo con asociaciones administradores de acueducto rural (ASADAS) realizando investigación así como elaboración de herramientas de comunicación con recursos de los mismos estudiantes (videos, cuñas, afiches, etc.).

- Bosque Modelo Reventazón y Corredor Biológico Cordillera Volcánica Central-Talamanca.

Como parte de las experiencias en estos espacios de gestión del territorio como lo son el Bosque Modelo que corresponden a una designación internacional o en el proceso de corredor biológico han desarrollado:

El diseño participativo de planes de manejo en diferentes sectores por ejemplo en el Parque Nacional Barbilla, Zona Protectora La Carpintera y el Parque Nacional Volcán Turrialba; y eso iba quedando en el silencio y mucha gente decía bueno pero ¿qué relación tiene eso con los corredores biológicos?, las áreas protegidas están por aparte, entonces fuimos creando como boletincillos informativos, bitácoras para que la gente pudiera registrar lo que se iba haciendo y de alguna forma ir compartiendo esas acciones que quedaban en el silencio y que quedaban ocultas y en el olvido para empezar a rescatarlas ir creando una construcción de un proceso que no se olvidara (M. Jiménez, comunicación personal, 6 de mayo de 2014).

Se comparte la experiencia en el campo de turismo y comunidades indígenas, iniciativas en donde:

Se identificaron una serie de actores dentro de toda la provincia de Cartago que venían haciendo pequeños esfuerzos por combinar sus actividades con organizaciones de productores y organizaciones sociales de base comunal, entonces una vez que se identificó eso se encontró que había un gran potencial para poder crear una red de turismo y promocionarla a nivel nacional y a nivel internacional, sin embargo eran esfuerzos muy débiles, todavía siguen siendo bastantes débiles porque no se dedican de lleno.(M. Jiménez, comunicación personal, 6 de mayo de 2014).

Esta situación de no dedicarse completamente al proyecto de turismo es coincidente en el caso de la Asociación Turi-arva.

En este campo, rescata Jiménez que:

La iniciativa surgió muy de la mano con el Bosque Modelo Reventazón, se denomina Asociación de Turismo de Jamaiquerí en la zona de un territorio indígenacabécar. Gestionaron el fortalecimiento a estas iniciativas con recursos, con proyectos que ellos mismos formularon y “fue de pasito a pasito”, acompañando a uno y otro, con la colaboración del Programa de Pequeñas Donaciones y además se apoyó bajo la Red de Bosques Modelo (B.M. Manitoba en Canadá) para incentivar a la asociación de turismo étnico indígena, que aún sobrevive y superó esa etapa de financiamiento de un proyecto.

EICATIE asumió un rol de canalizador de los fondos que tenía el Bosque Modelo Manitoba de Canadá y se le trasladaban a la asociación de turismo, quienes fueron desarrollando el proyecto: Comprando equipos construyendo mejores instalaciones para recibir a los turistas, capacitándose y parcialmente también haciendo una especie de estudio de mercado y generando ciertos materiales para la divulgación y la proyección de la iniciativa en esos mercados, este proceso terminó hace tres años. (M. Jiménez, comunicación personal, 6 de mayo de 2014).

Como lecciones aprendidas Mildred Jiménez indica que:

Mientras estuvo vivo el proyecto y hubo personas clave, líderes, personas con ciertas capacidades de gestión el proyecto funcionó muy bien, pero ese proyecto dependía en gran medida de dos personas que se fueron de la comunidad, además que no caló mucho la parte de capacitación, no le dieron suficiente importancia y aunque el INA les vino apoyando en ciertos aspectos como el guiado y primeros auxilios, la parte de mercadeo se requiere pues tienen todavía unos rezagos de comunicación y de acceso a la información (Comunicación personal, 6 de mayo de 2014).

Un recorrido por estas experiencias evidencia la necesidad de acompañar, de partir del contexto local, de fortalecer el liderazgo participativo así como de desarrollar mecanismos de comunicación acorde a la realidad del grupo meta u organización con la que se trabaja.

Continúa el proceso de vinculación de TIC en espacios locales.

#### **5.1.6 Organizaciones y tecnologías de información y comunicación.**

Desde la experiencia de Voces Nuestras, Sandra Salazar y Lilliana León, plantean que:

No necesariamente los beneficiarios o a quien quieren ellos dirigir el mensaje como Asociación Turi-arva están revisando esas tecnologías o esos espacios, entonces se está perdiendo otro tipo de comunicación, que es una de las cosas que nosotros también estamos tratando de trabajar. Si es en el área rural hay que analizar el contexto, definitivamente, primero a quien quiero dirigir yo esa comunicación, si es a los ganaderos, agricultores, jóvenes que no están en el colegio; entonces yo necesito primero ver a esos actores para ver con qué medios y no al revés, ahora no está de más tener una página de Facebook está

bien, pero es para que llegue a otros actores. (Comunicación personal, 26 de febrero de 2014).

Un aspecto por considerar en el uso de TIC por parte de las organizaciones locales es analizar para qué se están desarrollando la web y la red social, a quién está dirigido. Sandra Salazar refiere a que se debe "...identificar entonces el sentido de utilizar estas, es necesario analizar cómo les va a ayudar a cumplir sus objetivos y con quién se quieren comunicar" (S. Salazar, comunicación personal, 26 de febrero de 2014).

Por su parte, menciona Lilliana León que:

De pronto una página web les sirve para ciertos objetivos, por ejemplo para darse a conocer internacionalmente o para que estudiantes puedan consultar, pero no para su grupo de base. Entonces si nosotros tratamos siempre de hacer ese análisis con los grupos, esto les sirve para tal objetivo, para tales públicos, entonces de ahí depende que ellos decidan si les sirve más un programa de radio local que una página web por ejemplo. (Comunicación personal, 26 de febrero de 2014).

Apuntan Sandra Salazar y Lilliana León que "no es excluyente de que tengamos espacios y medios propios, un programa de radio o tal vez una página web, una página en Facebook, un blog o una lista de correos". (Comunicación personal, 26 de febrero de 2014).

### **5.7.1 Principales limitaciones que se han encontrado en las organizaciones locales.**

Se fundamenta desde una visión del modelo de desarrollo occidental, aspecto que es compartido en el proceso por parte Felipe Carazo y Sandra Salazar. Se ajusta el proceso de apoyo a organizaciones desde el contexto del cooperante y no de la

comunidad (lo cual vincula a la visión de comunicación para el desarrollo con enfoque vertical).

Como parte de los requerimientos de los donantes no se considera el contexto y tiempos de la comunidad. Plantea Carazo que:

En ocasiones se utilizan recursos de proyectos que le exige un reporte a tal fecha y el agente de cambio queda muy limitado, porque aquí duraba tres meses a que se pusieran de acuerdo, pero había que darles el espacio, a veces, las estructuras formales no lo hacen (F. Carazo, comunicación personal, 20 de febrero de 2014).

Otra limitante tiene que ver con que se logre generar confianza en las comunidades. En este tema, Carazo refiere a:

La difícil tarea de generar confianza a los actores locales, tiene que generar empatía y eso no significa que tenga que ceder criterio porque hay muchas “manías”, muchos actores que van a querer enredar para sus propósitos propios, hay que generar confianza para tener posicionamiento, para que usted, su mensaje, su proceso sea bien acogido, pero, a la vez, a veces hay que tener firmeza (F. Carazo, comunicación personal, 20 de febrero de 2014).

El proceso de diálogo e intercambio generado a partir de las entrevistas aplicadas aportó además en los siguientes aspectos:

#### **5.1.8 Necesidad de contar con una comunicación estratégica.**

Desde la experiencia de Kerigma plantea Yesenia Salazar que “...la comunicación es un eje estratégico en el relacionamiento con el grupo” (Comunicación personal, 31 de enero de 2014).

Lilliana León y Sandra Salazar de Voces Nuestras, por su parte, indican que es fundamental tener en cuenta aspectos, tales como:

Desde dónde se hace la comunicación, cómo la organización apoya procesos de planificación estratégica de la comunicación, qué implica planificar estratégicamente. La comunicación no es solo un producto: un folleto, un video, sino que se necesita un plan, que la comunicación se entienda como el hilo conductor que lleva los procesos de incidencia. (Comunicación personal, 26 de febrero de 2014).

#### **5.1.9 Contexto social.**

Un elemento fundamental en un proceso de comunicación es conocer el lugar y las organizaciones con las cuales vamos a trabajar. Refiere Carazo que "...hay que hacer una muy buena lectura del contexto de comunidad, ¿cuál es el nivel de arraigo, el nivel de profundidad, la matriz social que existe?, ¿es fuerte o no?", analizar la dinámica institucional y la conectividad". (Comunicación personal, 20 de febrero de 2014).

#### **5.1.10 Grupos de interés.**

Como punto de partida, la comunicación se fundamenta en los grupos de interés o destinatarios, aliados estratégicos y actores sociales vinculados con el proceso de gestión de la organización.

En un "paisaje rural" como lo plantea Carazo "...se acaba identificando esas poblaciones rurales como su audiencia principal" (Comunicación personal, 20 de febrero de 2014).

Considera que existen diferentes etapas en las comunidades:

Allí usted puede encontrar el funcionario institucional a nivel local que tiene un rol muy importante, usted puede encontrar el propio agente de gobierno central o de organización de apoyo que trabaja en esas zonas y después cuando uno trabaja en esos niveles tiene que entender que hay que trabajar en otras escalas para generar cambios en esos contextos sociales.

Para trabajar en La Amistad (PILA), Península de Osa, Chiapas o donde sea, a veces usted tiene que hablar con gente en San José, en Ciudad de México, en Ciudad de Guatemala y eso también es importante para generar cambios de procesos en esos paisajes o en esas localidades. (F. Carazo, comunicación personal, 20 de febrero de 2014).

Según Carazo es a partir de estos grupos sociales que hay que identificar el mensaje de acuerdo con las diferentes audiencias, pero principalmente hay que considerar la diversidad de poblaciones en el contexto rural. (Comunicación personal, 20 de febrero de 2014).

En este proceso de consulta de experiencias se rescatan algunos aspectos clave, aportes a considerar en una propuesta de comunicación a partir del proceso de entrevistas:

- ✓ Planificación estratégica
- ✓ Conocimiento de la comunidad
- ✓ Mapeo de actores
- ✓ Diagnóstico de comunicación
- ✓ Facilitación de procesos
- ✓ Fortalecimiento de organizaciones
- ✓ Fortalecimiento de capacidades
- ✓ Canales de comunicación
- ✓ Contexto local
- ✓ Grupos de interés

- ✓ Rescatar la voz
- ✓ Empoderamiento
- ✓ Generar empatía
- ✓ Comunicación en un mismo nivel, no visión de cooperante-comunidad
- ✓ Acompañamiento de las organizaciones

El proceso de entrevistas aportó la experiencia y la vivencia de diferentes procesos de comunicación, desde diferentes escenarios organizaciones y desde diferentes visiones del territorio y el paisaje. No obstante, en su accionar todos coinciden en la necesidad visualizar la comunicación como proceso, como espacio de participación que deben fundamentarse en los aspectos antes citados, pero, además, a “tener presente el derecho a la comunicación y el derecho a la información”. (L. León y S. Salazar, comunicación personal, 26 de febrero de 2014).

Corresponde a continuación el proceso de diagnóstico participativo que permita generar la línea base para el desarrollo de la propuesta comunicativa.

## **5.2 Diagnóstico de necesidades de comunicación para la Asociación de Guías Locales Turi-arva.**

Para el desarrollo de esta etapa se formularon varias actividades orientadas a generar el diagnóstico de comunicación.

Se inició con el taller participativo el 24 de enero de 2014 en CEN-CINAI de la comunidad de Santa Cruz, donde participaron jóvenes de la Asociación Turi-arva para la aplicación del FODA. En la primera sesión participaron: Karla Gómez, Karen Castro, Alejandro Calderón y José Casasola.



### **5.2.1 Diagnóstico FODA**

Este proceso fue facilitado por la investigadora, se realizó una presentación sobre qué es un FODA participativo, se ubicaron papelógrafos en cuatro sectores del salón y se facilitaron tarjetas y marcadores a los asistentes. Cada participante en forma individual identificó fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas relacionadas con el proceso de comunicación de Turi-arva. Posteriormente se pegaron en el papelógrafo respectivo, debiendo rotar para colocar las tarjetas según correspondía. Luego, en grupo, recorrieron cada una de las estaciones y posteriormente se realizó un plenario para socializar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en forma integral y validar la información generada. El desarrollo metodológico de este evento, se incorporó en la propuesta de comunicación, en el primer momento de la propuesta, específicamente en la actividad 6.1.1 “Elaboremos nuestro FODA”.

Como resultados de la aplicación del FODA están los siguientes planteamientos identificados por miembros de la Asociación Turi-arva:

Tabla N° 5

Síntesis del FODA sobre necesidades de comunicación para la Asociación Turi-arva.

Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se cuenta con logo y uniformes de la organización que contribuyen a su posicionamiento.</li> <li>2. Acceso a herramientas tecnológicas como Facebook, página web, correos electrónicos, código QR que permite dar a conocer el quehacer de la asociación.</li> <li>3. Se tiene comunicación con funcionarios de escuelas y se realizan charlas a centros educativos.</li> <li>4. Se cuenta con equipo tecnológico: computadora, proyector, iPad, celular para la asociación.</li> <li>5. Se cuenta con un espacio de promoción de actividades como ecoclásica, feria del queso, aniversario Parque Nacional Volcán Turrialba (la asociación aprovecha ese espacio por ello fortaleza).</li> <li>6. Se dispone de material para promoción escrita: volantes, tarjetas, calendario.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Acceso a formas de promoción como páginas web de otras instituciones, por ejemplo: CANATUR.</li> <li>2. Apoyo de instituciones públicas como: Municipalidad, Parque Nacional Volcán Turrialba, empresas privadas y organizaciones comunales, así como financiamiento actualmente de PNUD para el desarrollo de proyectos de la asociación.</li> <li>3. Co-organización de eventos con otros actores, como lo es el evento ecoclásica, entre otros.</li> <li>4. Existen agencias de turismo que les puede interesar nuestro producto.</li> <li>5. Se cuenta con apoyo voluntario de diseñador gráfico de la zona.</li> <li>6. Existencia de medios de comunicación a nivel local (en Turrialba).</li> </ol>

<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poca comunicación entre miembros y que no todos los integrantes de la asociación manejen la misma información.</li> <li>2. Falta de recursos para proyectos de la asociación (por escaso mercadeo y patrocinio).</li> <li>3. No todos los miembros de la asociación saben utilizar los medios digitales (web, correo, Facebook) y programas de software para desarrollo de procesos técnicos administrativos.</li> <li>4. Nivel de cooperación de algunos miembros por otras responsabilidades o por falta de interés.</li> <li>5. Atrasos significativos en la entrega de documentos importantes por la falta de acceso a internet y por escaso conocimiento para realizar procesos, dificulta la prontitud de respuesta vía correo electrónico y la atención de los procesos de la asociación.</li> <li>6. Débil interés en tener un cambio de actitud para aprender nuevos conocimientos por parte de algunos miembros, que genera depender del apoyo de uno o pocos miembros.</li> <li>7. Escasa capacitación de los miembros en otros idiomas.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No existen fuentes de empleo vinculadas con el turismo rural en la zona.</li> <li>2. Que no se logre comunicar el mensaje esperado por parte de la Asociación Turi-arva hacia la comunidad.</li> <li>3. Escaso de interés por algunas instituciones y empresas sobre el quehacer de Turi-arva.</li> <li>4. Que instituciones como el INA que certifican guías no ofrezcan capacitaciones como mercadeo, contabilidad, asesorías como acompañamiento y ofrecer.</li> <li>5. Líderes comunales dividen e influyen en la organización comunal (por ejemplo se realizan dos ferias del queso por división de la comunidad).</li> </ol>

Fuente: Elaboración propia, a partir de taller participativo 24 de enero del 2014.

Identificados los elementos del FODA, en segundo taller (realizado el 24 de febrero de 2014) se procedió a puntuar, según la siguiente escala, a fin de priorizar las tres fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que mayor relevancia tiene para la organización local.

Para ello se procedió a asignar una valoración a cada una de ellas, tomando en cuenta el impacto y el plazo. La sumatoria de ambas generó el puntaje total para cada fortaleza, oportunidad, debilidad y amenaza. Se priorizaron las tres con mayor puntaje para cada sección del FODA.

Para la priorización de fortalezas y debilidades se consideró la siguiente valoración:

Tabla N° 6  
Escala propuesta para priorización de fortalezas y oportunidades

Impacto		Plazo	
Alto	8 a 10	Largo	8 a 10
Medio	4 a 7	Mediano	4 a 7
Bajo	0 a 3	Corto	0 a 3

Fuente: Chaves, J.P. (2013).

Para oportunidades y amenazas se analizó el impacto y plazo de acuerdo con la siguiente valoración:

Tabla N° 7

Escala propuesta para priorización de oportunidades y amenazas

Impacto		Plazo	
Alto	8 a 10	Corto	8 a 10
Medio	4 a 7	Mediano	4 a 7
Bajo	0 a 3	Largo	0 a 3

Fuente: Chaves, J. P. (2013).

Posteriormente, se correlacionaron estas a fin de identificar las estrategias más adecuadas desde la perspectiva de comunicación para la asociación local.

Como parte del proceso de análisis del FODA, y resultado de la validación con representantes de la asociación, se identifican como prioritarias las siguientes líneas de acción en el proceso de comunicación de la organización:

- Fortalecimiento de la gestión de la Asociación de Guías Locales Turi-arva que facilite que los integrantes de Turi-arva puedan utilizar los medios digitales (web, correo y Facebook) y programas de software para desarrollo de procesos técnicos administrativos de la organización.
- Fortalecimiento de los mecanismos de coordinación con actores locales.
- Promoción en sitios web vinculados con el turismo rural y gestión socioambiental que contribuya a posicionar a la Asociación Turi -arva.

Como resultado del análisis FODA y en concordancia con las líneas estratégicas antes propuestas, se evidencia como perspectiva de cambio social esperado para la Asociación Turi-arva y el contexto comunal, a partir de un proceso de comunicación con actores locales los siguientes:

- a. Conservación del ambiente con participación comunitaria
- b. Beneficios económicos y sociales para la comunidad y para la organización misma.
- c. Articulación del trabajo local en Santa Cruz.

Por ello la necesidad de identificar los diferentes actores con los cuales se interrelaciona la asociación, los cuales se describen en el siguiente apartado.

### **5.2.2 Mapeo de actores de la Asociación de Guías Locales Turi-arva.**

Resultado del aporte de los jóvenes de la Asociación Turi-arva en la sesión del 24 de enero de 2014 (Karen Castro, Karla Gómez, Alejandro Calderón y José Casasola), en la segunda fase de la sesión, la investigadora facilitó la realización del mapeo de actores, considerando actores locales, regionales, nacionales e internacionales. Para ello se aplicó la estrategia considerada en el capítulo 6 correspondiente a la propuesta de comunicación, actividad 6.2.1 denominada “Elaborando nuestro mapeo de actores. Como materiales utilizados están: Tarjetas de tres colores (uno para cada tipo de actor), cinta, papel periódico y marcadores.

Tabla N° 8

Actores sociales estratégicos para la Asociación Turi-arva.

Febrero 2014

Organización	Sector	Cómo se vinculan Cómo se relacionan	Vinculación con estrategias prioritarias en FODA
<b>Locales</b>			
1. INA Turrialba	Estatal	Capacitación	1
2. Rawlings	Fabrica de bolas de beisbol	Patrocinio	3
3. CEN CINAI	Estatal	Infraestructura	2
4. ASOPROFOLAC	Organización local	Organiza expoferia del queso	2
5. Ferretería Santa Cruz	Comercio	Patrocinio	2
6. Heliconiasgrupofolclórico	Grupo local	Invitados a actividades	2
7. Finca La Montaña	Privado	Ofrece tour de queso	2
8. Finca La Florita	Privado	Ofrece tour de queso	2
9. ExplorNatura	Agencia de turismo	Apoya educación ambiental. Patrocinio	3
10. AHR Arte Creativo	Privado	Apoyo en servicios de diseño.	3
11. PN Volcán Turrialba	Estatal	Coordinación de acciones en el campo ambiental: Voluntariado, educación ambiental,	2

		proyectos, entre otros.	
12. ASOPROA	Organización local, productivo	Es un organismo para dirigir información a los productores de la zona.	2
13. Campos forestales	Privado	Patrocinio	3
14. Coseinca, S.A.	Privado	Patrocinio	3
15. Iglesia Santa Cruz	Religioso	Facilita infraestructura	2
16. ASADA Santa Cruz	Organización local	Patrocinio sin embargo es estratégico para educación ambiental	2
17. Municipalidad de Turrialba: Oficina de Gestión Turística	Municipal	Coorganizador eventos, contacto para ICT y otras instancias, comunicación en medios municipales y para el desarrollo de charlas.	3, 1
18. Radio TV local	Medios de comunicación local	No han tenido contacto, solo para promoción de Eco clásica, sin embargo es estratégico.	3
19. MAG – COMCURE	Estatad	Para educación ambiental y manejo residuos	1
20. Hotel Guayabo Lodge	Turismo	Patrocinador	3



21. UNED Turrialba	Academia / universidad	Apoyo, colaborador, voluntariado, educación ambiental.	1
22. TRANSARO (empresa de transporte público Turrialba – Santa Cruz).	Privado	Patrocinador	3
23. Hotel Villa Florencia	Turismo	Patrocinador	3
24. Cabañitas del bosque	Comercio	Patrocinador infraestructura	3
25. Alejandro Brenes	Colaborador	Motivador Facilitador Patrocinador	1
26. CATIE	Academia / Investigación	Alianzas estratégicas	1
27. Ugro Santa Cruz	Organización de grupos organizados	Desarrollo de eventos: Fiesta del queso	2
28. Asociación Ecológica La Pastora	Organización local	Apoyo en actividades de educación ambiental	2
29. Asociación Guías Locales Usure	Organización local	Apoyo conjunto en temas de guías locales en áreas silvestres protegidas, alianza	2
30. Sub corredor biológico Norte Cordillera Talamanca	Comité local, interinstitucional	Forman parte de la gestión como integrantes	2
31. Corredor Biológico Cordillera Volcánica Central - Talamanca	Consejo Local (colectivo de organizaciones, interinstitucional)	Forman parte de la gestión como integrantes	2
32. Parapente Turrialba	Turismo	Socio comercial: compran servicio. Patrocinio	3

33. Asociación de Desarrollo Integral de Santa Cruz	Organización Local	Infraestructura	2
34. Centros educativos: CINDEA Santa Cruz Calle Vargas Las Abras Carmen Guayabo Torito San Antonio San Rafael La Pastora La Reunión La Central, otros	Educación	Grupos meta para Educación Ambiental  Además en Escuela de Santa Cruz les apoyan con infraestructura y custodia de bienes de Asociación Turi-arva.	2
35. Rancho El Sapito	Comercio	Patrocinador	3
36. Super Santa Cruz	Comercio	Patrocinador	3
37. Cruz Roja	Organización no gubernamental	Colaborador	2
38. Hermis Serrano	Funcionario de la escuela (guarda) y Voluntario.	Colaborador en la vigilancia del equipo	1, 2
<b>Regionales</b>			
39. Corredor Biológico COBRISURAC Cartago	Consejo local	Colaborador, alianzas, aliado	1
40. Parque Nacional Volcán Irazú	Estatal	Destino o atractivo	3
41. INA Cartago y La Chinchilla	Estatal	Capacitadores	1
42. Cámara de Turismo Cartago	Turismo	Alianzas potenciales	3
<b>Nacionales</b>			
43. GEF - PNUD	Organización de cooperación internacional	Financiamiento de proyectos y asesoría	3

44. ACCVC	Estatal	Trabajo conjunto por medio del PNVT	3
45. SINAC, Secretaría Ejecutiva	Estatal	Trabajos a partir del PNVT	3
46. DestinosTV.com	Agencia Turismo /	Socio comercial potencial	3
47. ICT	Estatal	Actor potencial en sector turismo	3
48. FENAGUITUR	Organización no gubernamental	Forman parte de la federación de guías de turismo.	3
49. CANATUR	Turismo	Potenciales miembros	3
50. Banco Popular Pronapimes	Estatal, entidad bancaria	Potenciales capacitadores y ente de financiamiento	1
51. Universidad de Costa Rica	Academia / Universidad	Capacitador	1
52. Agencias	Privado Turismo /	Socios comerciales potenciales	3
53. Hoteles	Privado Turismo /	Socios comerciales potenciales	3
54. Periódicos de circulación nacional	Medios de comunicación de	Socios comerciales	2
55. Visitantes nacionales		Grupo meta	3
56. Visitantes extranjeros		Grupo meta	3
<b>Internacionales</b>			
57. Rufford Small Grant	Organización no gubernamental	Fundación inglesa que financia proyecto de mapeo turístico	3

		en Santa Cruz	
58. Universidad de Texas	Academia / Universidad	Investigaciones en turismo	3

Fuente: Elaboración propia a partir de mapeo de actores de la Asociación Turi-arva.

Como se evidencia en el cuadro anterior se clasificaron por tipo de actor y además se vincula con cada una de las estrategias prioritarias identificadas en el análisis FODA.

Del proceso se reafirma como un sector importante desde la perspectiva de comunicación participativa y para el cambio social, los actores locales con un 65.52%.

Tabla N° 9

Tipo de actores estratégicos identificados por la  
Asociación Turi-arva en absoluto y relativo.

Febrero, 2014

<b>Tipo de Actores</b>	<b>Absoluto</b>	<b>Relativo</b>
Locales	38	65,52
Regionales	4	6,90
Nacionales	14	24,14
Internacionales	2	3,45
Total	58	100

Fuente: Elaboración propia.

### **5.2.3 Mecanismos de comunicación utilizados en la Asociación Turi-arva.**

La identificación de los medios de comunicación en el contexto de Turi-arva es resultado del proceso de observación en complemento con un grupo focal realizado el 24 de febrero de 2014, en que participaron tres miembros de Turi-arva (presidencia, vicepresidencia y secretaría). Para ello se utilizó la guía de preguntas elaborada por Lilliana León, Seidy Salas, Sandra Salazar y Juan C. Cruz. (s.f.) del Centro de Comunicación Voces Nuestras (p.27) referente a las prácticas de comunicación a lo interno y externo (**Anexo N° 3**).

Respecto a las dinámicas de comunicación a lo interno de la organización, para efectos de convocatoria a reuniones se realiza mediante contacto telefónico, igualmente el desarrollo de reuniones y sesiones de trabajo, que se complementa con comunicaciones personales entre los miembros. Propiamente en las reuniones de Turi-arva apunta Karla Gómez que son "...poco desordenadas, nos cuesta mucho, somos

muy dispersos, nos cuesta transmitir en esencia lo que creemos, cuesta llegar a una conclusión pero estamos mejorando” (Grupo focal, 24 de febrero de 2014).

Designan representantes por áreas temáticas, dado que están en diferentes organizaciones o espacios de coordinación a nivel local.

Menciona Karen Castro, quien asume la vicepresidencia de la organización, que en casos como la de un integrante que renunció recientemente, donde “...no le pusimos mucha importancia a lo que pensaba”, nos consideró más como amigos que como socios de una organización” (Grupo focal, 24 de febrero de 2014).

Se indica como algo positivo generado a lo interno de la asociación, es que se ha mejorado la relación entre los miembros, permitiendo la aceptación de los errores que se comenten, ahora se toman como crítica constructiva.

Manifiestan que no han tenido capacitación formal sobre comunicación a lo interno de la organización.

Una limitante en los procesos de gestión de la organización es el acceso a internet para todos los miembros, lo que incide por ejemplo en que no se puede analizar documentación digital en forma previa a la reunión ordinaria y que permita ser revisada con anticipación para aprobar una reunión.

Indica Gómez que todos tienen computadora lo que limita es el acceso a internet, solo la presidenta tiene acceso permanente a internet (Grupo focal, 24 de febrero de 2014).

Las reuniones ordinarias son una vez al mes, pero reuniones extraordinarias una vez por semana.

Vale mencionar que Turi-arva no tiene oficina o centro de operaciones por lo que es a través de sesiones extraordinarias que se avanza en la gestión. La contratación de

servicios de guiado no es permanente, lo que conlleva que no dependen el 100% de los beneficios de la asociación. Se complementan con actividades de Turi-arva pero no es una fuente de empleo actualmente.

Iniciaron 14 miembros, la asociación surge por un objetivo que es guiar en el Parque Nacional Volcán Turrialba y al no darse esa opción y ver resultados concretos en dos años, ha generado el retiro de algunos asociados.

A nivel interno con el contador y el abogado se realiza comunicación por correo y cuando corresponda en forma personal.

Respecto de las dinámicas de comunicación con actores locales unos de los medios que se utiliza es el teléfono celular con personas de la comunidad, o con organizaciones como el CATIE con sede en Turrialba y se aprovechan los contactos previos.

El primer contacto es por llamada telefónica y, posteriormente, por correo electrónico. Los espacios de comunicación se propone que sean abiertos y horizontales.

En ocasiones la comunicación con actores locales se afecta, generando la idea en algunos líderes de grupos comunales, que se dan favoritismos en contrataciones de servicios.

Respecto a las acciones de comunicación que desarrollan están: La organización de eventos como la Ecoclásica, que es una carrera de atletismo al Parque Nacional Volcán Turrialba. Asimismo, se tiene participación en la feria del queso por medio del montaje de un stand. Los organizadores de la feria los invitan, sin embargo cuando se procede a instalar el stand, no se tiene claro donde se ubicaría el puesto.

Por otra parte cuando alguno de sus representantes participa en eventos como talleres, charlas, entre otros, se hace entrega de la tarjeta de presentación para establecer futuros contactos.

Existen organizaciones como el INA en Turrialba que les ayudó en el proceso de formación de guías locales, pero nunca se ha hecho devolución de resultados o informes de logros a este tipo de instituciones que les apoyaron. Este año se realizará un informe de gestión de proyectos dirigido a diversos actores.

Es importante indicar que no refirieron en ningún momento durante el desarrollo del grupo focal a la existencia de la página web o perfil en Facebook de Turi-arva, ni al código QR, precisamente porque el integrante que coordina ambos procesos no participó en la actividad de consulta.

En la gestión de Turi-arva nunca se han realizado consultas a la comunidad sobre las acciones que realizan, cómo los perciben, cómo ven a la organización. Indican que la comunidad los ven en diferentes espacios y los consideran como “los muchachos de turismo o los muchachos de la basura”, o cuando visitan las escuelas de la zona, los relacionan con el tema de educación ambiental. Efectivamente, estos aportes fueron evidenciados durante el proceso de aplicación de la consulta de percepción.

De igual forma no han considerado mecanismos para identificar las necesidades que tiene la comunidad de parte de la asociación de guías locales, temas que consideraron de importancia durante el grupo focal.

Respecto de si se toman en cuenta las necesidades de grupos específicos vinculados con la Asociación Turi-arva indican que es por medio de la observación en el contexto comunal, o con organizaciones específicas, que identifican algunas necesidades, pero no se han realizado diagnósticos comunales sobre problemática ambiental.



Trabajan con turistas o con estudiantes de primaria. No se han identificado las necesidades de los comerciantes o del sector hotelero, por ejemplo indican el Hotel Guayabo Lodge indican no conoce necesariamente la gestión de Turi-arva, y es una empresa que está presente en la comunidad.

En el proceso de investigación se evidencian los siguientes mecanismos de comunicación que utiliza la Asociación Turi-arva:

Figura N° 5  
Mecanismos de comunicación de la Asociación Turi-arva



Fuente: Elaboración propia

Sobre la identificación de los mecanismos de comunicación utilizados, vale indicar que la Asociación Turi-arva ha impulsado el contar con sitio web, además de su perfil de Facebook cuentan con el código QR que corresponde a una aplicación accesible para telefonía móvil que de acuerdo con T. Koulopoulos (2014) "...permite almacenar información desde diez hasta cinco mil caracteres alfanuméricos acerca de un producto o servicio".

El código QR fue una recomendación de una consultora en el 2012 a la asociación. (Grupo focal, 24 de febrero de 2014). Sin embargo al menos uno de los participantes de Turi-arva, no maneja la información de su utilidad.

#### **5.2.4 Percepción de la comunidad.**

En el marco de un proceso de entrevista con actores locales (**Anexo N° 4**), se generan aportes respecto a la percepción que tienen personas de organizaciones de la comunidad sobre la Asociación de Guías Locales.

Tres organizaciones de Santa Cruz son los que, efectivamente, tienen contacto y apoyan a los jóvenes de la asociación, específicamente los reconocen la secretaria de la asociación de desarrollo integral, quien maneja la llave para el préstamo de salón comunal, asimismo el encargado de seguridad de la escuela, quien precisamente les apoya en la custodia de los equipos de la organización, considerando que Turi-arva, no dispone de oficina, su gestión la realizan desde la casa de habitación de sus integrantes o en infraestructura de la comunidad. También conoce a la organización el representante de ASOPROA, quienes apoyan en coordinación de eventos y patrocinio. Es decir identifican a la organización, porque coordinan en todos los para el desarrollo de su gestión.

De igual forma conocen la organización representantes de comités ambientales en el centro de Turrialba donde representantes de Turi-arva participan, tal es el caso del Sr.

Maximiliano Castillo, del Comité Local Corredor Biológico Cordillera Volcánica Central-Talamanca.

De los dos supermercados existentes en Santa Cruz, uno de ellos identificado como actor clave, ninguno conoce a la Asociación Turi-arva, a pesar de promover el servicio de guías locales de turismo, lo cual debe considerarse como alternativa de comunicación, siendo estos sitios potenciales para la promoción del quehacer de la asociación de guías locales.

Se evidencia de que a nivel local, en su entorno inmediato, no se conoce con exactitud lo que hace la organización. Se les relaciona con charlas con estudiantes y campañas de recolección de residuos sólidos en la comunidad, pero no con turismo ni con la coordinación a fincas o proyectos locales, que permita el desarrollo y atención de actividad de turismo rural.

Si bien los representantes de la escuela y la asociación de desarrollo indican que son guías de turismo, tampoco tienen claro en qué consiste su actividad principal o cómo la desarrollan. Igualmente, el Sr. Maximiliano Castillo indica que son guías para el Parque Nacional Volcán Turrialba (Comunicación electrónica, 15 de mayo de 2014), y no corresponde, si bien ese fue su origen como organización, esta actividad nunca se realizó, desarrollando en realidad el servicio de guiado al Parque Nacional Volcán Irazú y al Monumento Nacional Guayabo.

El Sr. Adrián Zúñiga indica que “hace un tiempo llegaron unas personas alojadas en el Hotel Guayabo Lodge interesados en tour del queso, razón por la cual los orientó hacia una finca de la zona. Menciona que “sería beneficioso que ellos lleven grupos a Santa Cruz y que el comercio se beneficie con la venta de alimentación”. (A. Zúñiga, comunicación personal, 6 de mayo de 2014).

María Isabel Camacho indica que los jóvenes de Turi-arva reciben cursos, por ejemplo uno de primeros auxilios, pero la participación se limita a dicha agrupación. Sugiere que

pueden hacer partícipes a uno o dos representantes de organizaciones (M.I. Camacho, comunicación telefónica, 7 de mayo de 2014). Esto sería un mecanismo oportuno para integrar a la comunidad y promover alianzas o proyectos conjuntos.

Sin embargo coinciden tres de las personas consultadas la dificultad de trabajo comunal. Indica Camacho que en la comunidad “somos perezosos y no vamos a reunión. Cuesta mucho que la gente de Santa Cruz llegue”. (Comunicación telefónica, 7 de mayo de 2014).

La Asociación Turi-arva elaboró un calendario 2014 para la venta, sin embargo en seis sitios visitados, a saber: Dos supermercados de la zona, ASOPROA, ASADA, Restaurante El Sapito y Hotel Guayabo Lodge, solo en este último estaba accesible para los visitantes. Al respecto se consultó a un representante del sector comercio, quien indica que desconoce la existencia del material. (A. Zúñiga, comunicación personal, 6 de mayo de 2014).

Algunos de los jóvenes si tienen reconocimiento en la comunidad, lo que no se ha posicionado es a la Asociación Turi-arva como organización, se les reconoce como el “grupo de los chiquillos”.

Tabla N° 10

Síntesis sobre la percepción que tienen representantes comunales de Santa Cruz  
sobre la Asociación Turi-arva. Mayo 2014.

Representante de organización	Actividad a la que se dedica	Conocen a sus integrantes	Cómo se dan cuenta de la gestión de Turi-arva	Han desarrollado actividades o proyectos con Turi-arva	Opinión sobre el trabajo de Turi-arva	Sugerencias para mejorar la comunicación por parte de Turi-Arva	Relación de Turi-arva con la comunidad
Hermis Serrano, Guarda Escuela Santa Cruz	Dar información a la población y alumnos Se dedican a andar en los parques nacionales, van de guías con los grupos que ellos atienden Hacen cursos de reciclaje en comunidad Tienen muchos implementos que tienen guardados en la escuela que les sirven en excursiones en montañas y con estudiantes	Alejandro Calderón Nancy Solano Rojas Karla Gómez Pereira	Tienen mucho contacto conmigo como guarda	Eventos de reciclaje Actividades con niños de escuela Información o chinamo en feria del queso	Es algo de lo mejor que se ha podido haber hecho. En Santa Cruz antes no conocíamos todo eso. Ahora uno está empapado de la importancia de cuidar el ambiente.	Más reuniones con el pueblo. Por medio de afiches y propaganda Tratando de “meter” a la juventud Invitando a reuniones	Muy buena, los que están allí son jóvenes emprendedor es muy sanos, siempre están dedicados a eso. Se ve que están totalmente “metidos” con el grupo y tienen mente abierta a ir más adelante.
Ronald Torres	Trabajo en mejoramiento del	Karla Gómez Karen Castro	Siempre han estado en	Han apoyado en dos	Muy buena pero	Charlas Video	Es buena, pero debe

Vargas, Administrador ASOPROA	ambiente, por medio de programa de reciclaje y promoviendo turismo, traen a grupos a la zona, enseñando pequeñas fincas de producción de queso y plantas industriales.	Juan Carlos y otro muchacho que no recuerda el nombre	contacto, por medio de correo, llamadas telefónicas e invitaciones. Hace mención a que Karla Gómez es la hija del presidente de ASOPROA.	actividades: Feria del Queso y carrera al Volcán Turrialba. Como organizadores.	necesitan más apoyo de los asociados de Turi-arva y de la comunidad.	Boletín	mejorar, a pesar de todo trabajan solos, la “pulsean” solos
Adrián Zúñiga Administrador y Propietario Supermercado Santa Cruz	No sabe a qué organización se refiere, indica que existe un grupo, cree que es la de “los chiquillos”.  Por ejemplo cita que un día llegó una gente del Hotel Guayabo Lodge para tour de queso y el los orientó y llevó hasta la finca las Virtudes,	Juan Álvarez Karla Gómez		Una vez vinieron al supermercado	No conoce	Escoger grupo de personas de la comunidad que les permita darse a conocer, antes de distribuir material. Por ejemplo invitar a representante de ASOPROA, ferretería, tienda, comercio y darse a conocer.	

<p>María Isabel Camacho Vargas, Secretaria de ADI</p>	<p>Conoce al grupo, son guías locales, cuando vienen turistas que visitan Santa Cruz ellos los atienden. Han hecho varios trabajos comunales, si hay mucha basura se preocupan por avisar a las organizaciones. Reciben cursos y charlas para estar informados de lo que es turismo.</p>	<p>Alejandro Calderón Nancy Solano Karla Gómez</p> <p>Habías más pero no siempre están todos, a los que conozco son ellos tres.</p>	<p>Han pedido apoyo por préstamo de salón comunal y casita del desarrollo a la Asociación de Desarrollo. Cuando se dio problema en la escuela y colegio (este año) sobre basura vinieron a ver si podíamos ir a recoger</p>	<p>No. Luego indica que solo en el 2014 para recolección de basura, gestionó que dos compañeros de asociación participen y luego firmando una carta para que policía no se fuera. Los han invitado a taller pero como ADI no asisten.</p>	<p>Como no he participado no puedo opinar.</p>	<p>Darse a conocer un poco más (que hacen). Involucrarse un poco más. Pueden tomar en cuenta a uno o dos representantes de organizaciones.  Volante Periódico Reunión mensual Solicitar espacio en Asamblea de ADI</p>	<p>Regular</p>
<p>Alonso Serrano Cedeño y Juan Pereira, Empleados Supermercado Fasamar</p>	<p>No identifican a la asociación Turistarva. Sin embargo indicaron que si se las da los nombres de sus integrantes pueden relacionarlos.</p>						

Maximiliano Castillo, Consejo Local Corredor Biológico Cordillera Volcánica Central - Talamanca	Capacitación de sus miembros para desarrollar habilidades como reconocimiento de aves, segundo idioma inglés, primeros auxilios, relaciones públicas, etc. Visitas guiadas al Volcán Turrialba, programas ambientales dentro el distrito Santa Cruz.	Karla Gómez Alejandro Calderón	Por comunicación personal, por su participación en sesiones del COLAC-CBCVC-T, en actividades del Sector Norte de CBCVC-T.	Si, por su participación en sesiones del COLAC-CBCVC-T, en actividades del Sector Norte de CBCVC-T. Coorganizadores de la Ecoclásica MTB, Volcán Irazú – Volcán Turrialba.	Un importante esfuerzo de la juventud de la zona para tomar un papel importante en el quehacer del Parque Nacional Volcán Turrialba y sus zonas de amortiguamiento	Mayor interacción con corredor Sub-Norte del CBCVC-T.  Uso de más herramientas como volantes, radio, poster informativos.	Buena a muy buena
---	--	--------------------------------	--	--	--	---	-------------------

Fuente: Elaboración propia a partir de consultas de percepción del 6, 7, 11 y 16 de mayo del 2014.



### **5.3 Revisión sitio web de la organización.**

Como parte del proceso de comunicación de la Asociación Turi-arva se aplicó una consulta (**Anexo N° 5**) sobre la facilidad de acceso y búsqueda información del sitio web de la organización, para lo cual se contó con la respuesta de siete representantes de actores locales y nacionales, analizado en el capítulo de metodología. Para ello, se identificaron temas prioritarios a consultar que consideran aspectos que pueden vincular la participación y el desarrollo de las comunidades. Entre ellos la secciones de

“Artículos” y “Eventos”, por cuanto está referido a establecer la participación local en recorridos como el tour de queso a diversas fincas presentes en la zona, considerando que es, precisamente, la comunidad de Santa Cruz de Turrialba, la cuna del queso Turrialba en nuestro país. De igual forma, la sección de “Eventos” está vinculada con el contexto local y las organizaciones locales.

Resultados de la consulta un 42,9% considera que el contenido de información es bueno, en tanto que 57,2% indican que la calidad de información en el menú de eventos tiene una valoración regular y mala, con respecto al 42,9% que la valora como buena.

Tabla N° 11

Opinión sobre el contenido de la sección de "Artículos" y sobre calidad de información en el menú de "Eventos" del sitio web de la Asociación Turi-arva. Mayo, 2014.

Valoración	Contenido de la Sección de "Artículos"		Calidad de información en el menú de "Eventos"	
	Absoluto	Relativo %	Absoluto	Relativo %
Excelente	1	14,3	0	0,0
Muy bueno	2	28,6	3	<b>42,9</b>
Bueno	3	<b>42,9</b>	2	<b>28,6</b>
Regular	1	14,3	2	<b>28,6</b>
Malo	0	0,0	0	0,0
Total	<b>7</b>	<b>100,0</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de consulta sobre sitio web Turi-arva.

Tabla N° 12

Síntesis respecto a consulta sobre facilidad de acceso y búsqueda de información en la página web de la Asociación de Guías Locales Turi-arva. Mayo del 2014.

Tipo de organización corresponde	Elemento gráfico que permite comprender a qué se dedica la organización	Observaciones a la sección de "Tours"	Recomendaciones a sección de "Tours"	Recomendaciones o sugerencias para mejorar el sitio web como un mecanismo que apoya los procesos de comunicación con organizaciones locales
Organización ambiental de turismo  Asociación de Guías Locales Ambientales Volcán Turrialba  A una organización comunal  Asociación de guías  A una organización de guías de	Fotografías  Galería de fotos  Logotipo  Realmente no hay ningún elemento gráfico que indique de que se trata la organización a no ser que se observe la página con detalle.  Si promocionamos la operación de	No pudo ingresar al detalle por problemas de servidor de la oficina.  Esta sección tiene muchos problemas, en algunos tours hay alguna información, pero no completa  No incluye costos actuales  En el caso de los precios no	La información debe ser en dos idiomas, español e inglés, con la opción de que el cliente escoja.  Igualmente los tours tienen que tener identificado el cliente a quien va dirigido.  Ampliar el tamaño de las letras, incluir mapas de sitios de tours.  Explicar un poco más el recorrido. Cuándo se camina (si se camina), ubicación geográfica	No utilicé el servicio de contacto pero si se pide el correo del interesado la respuesta debe ser muy ágil.  En los eventos la información es muy poca y vieja.  Colocar fotografías dinámicas de eventos con no más de 22 días de que se realizó los mismos eventos u otros.  Realizar encuestas cada cierto periodo de satisfacción al cliente  Cambiar el fondo es bonito pero muy claro.  Valorar para los contactos la posibilidad de disponer de un número fijo.  Podría incluirse alguna sección o espacio

<p>Turrialba, que trabajan en el área ambiental</p>	<p>servicios turísticos el título de la organización debe ser más grande y así muestra inmediatamente al destinatario de que se trata la organización. A excepción de las fotografías que indican algo relacionado con naturaleza.</p>	<p>fue posible visualizar la información</p> <p>La duración de los tours, horario y precio no están disponible</p> <p>En el caso del tour del queso las fotografías son insuficientes</p>	<p>de los sitios a visitar (provincia, cantón, etc.), clima (ello permite a quien busca información saber si hace frío o calor). Lugares cercanos de interés. Servicios adicionales que pueden ofrecer, si los ofrecen (transporte, alimentación, etc.).</p> <p>Debería contener mapas. Las fotografías deberían estar al inicio de la página.</p> <p>El texto está interesante, sin embargo, debería resumirse aún más con otros elementos gráficos que llamen la atención, sin sobrecargar la página.</p> <p>Podría contener videos de un minuto</p>	<p>para invitar a más miembros de la zona a unirse al grupo, por ejemplo: ¿Cómo formar parte de Turi-arva o cómo apoyar?</p> <p>"En las sección de artículos, se requiere rediseñar ese enlace para organizar mejor la información. Incluir enlaces a otros sitios relacionados con el tema del artículo y que los artículos se estén cambiando automáticamente para que haya variedad. Esos artículos deben ser cortos.</p> <p>En la sección de eventos también requiere un nuevo diseño, ya que los banner con la información no tienen atractivo. La información de los eventos debe tener letra con accesibilidad y que se destaque el último evento. Si las personas quieren puede acceder a los eventos anteriores en un archivo que esté fácil de identificar.</p> <p>En general, la página requiere modernizar su tipografía y diseño.</p> <p>La idea es bonita, aunque debería tener más elementos que identifiquen a las personas jóvenes y sobre todo a los guías que trabajan en esas iniciativas.</p> <p>Si el nombre de la organización fuera el título o lo que se le presenta inmediatamente al destinatario es posible</p>
---	--	---	--	---

			con testimonios que cuenten la experiencia de los visitantes.	que inmediatamente se busque los servicios que ofrece la organización y que las fotografías sean parte de la presentación.
--	--	--	---	--

Fuente: Elaboración propia, a partir de consulta sobre sitio web.

#### 5.4 Revisión de la planificación estratégica de Turi-arva.

El punto de partida para un proceso de comunicación es la planificación estratégica, identificar y tener claro cuál es su razón de ser y cómo consideran a la organización en el mediano y largo plazo. Es precisamente en este apartado relacionado con la orientación y rumbo de la organización local donde se visualiza la importancia del proceso de comunicación horizontal y participativa. Aspecto que es reafirmado por Sandra Salazar y Lilliana León del Centro de Comunicación Voces Nuestras (comunicación personal, 26 de febrero de 2014).

- Visión de la organización.

La Asociación Turi-arva ha definido como **visión**: “Llegar a ser una asociación de guías modelo que promueva el desarrollo y la integridad de la comunidad de Santa Cruz – Turrialba”. (Turi-arva, acerca de nosotros, párr. 1).

Sin embargo la visión propuesta no concretiza o especifica qué la diferencia o cuál es el plus de la organización con respecto a otras asociaciones u organizaciones locales. No queda claro la perspectiva de desarrollo planteado por la organización, considerando el contexto local. Deben especificar a qué tipo de desarrollo se refieren (económico, social, sostenible o la perspectiva de desarrollo integral).

De igual forma, en su accionar como guías, debe especificarse que son guías locales de turismo y facilitadores que promueven el desarrollo con una visión integral. El postulado cita “integralidad”, el cual desde el fundamento de esta investigación se concibe como desarrollo desde lo local y con visión integral, es a partir de ello que puede correlacionarse el concepto de “integralidad” con la visión de desarrollo económico, social y ambiental. Sin embargo es necesario revisar su planteamiento y redacción que permita que cada miembro de la asociación se identifique con el proceso, y en una segunda etapa que sus socios y actores clave comprendan lo que es

la Asociación Turi-arva, aspecto a que a nivel de representantes de la comunidad de Santa Cruz debe fortalecerse.

Resultado de la revisión del sitio web de la Asociación, se describe claramente el énfasis de la organización:

Es una asociación de guías jóvenes y emprendedores con especial interés en la conservación ambiental y que contribuyen al desarrollo sostenible de la comunidad de Santa Cruz-Turrialba y comunidades dentro del Área de Conservación Cordillera Volcánica Central (ACCVC), por medio de la promoción de alternativas de ecoturismo para que visitantes nacionales e internacionales puedan conocer y valorar las riquezas dentro de la zona; y también por medio del fomento de la educación ambiental a nivel comunal como una forma de coadyuvar al bienestar integral de nuestra zona (Turiarva, Inicio, párr.1).

En dicha descripción queda claramente desarrollado que busca alcanzar la asociación, delimita sus campos de acción como son la conservación ambiental, el ecoturismo y la educación ambiental, aspectos que en la visión actual no queda claramente definido.

- Misión de Turi-arva.

Su **misión** está orientada a “Ser una asociación de guías líder en Santa Cruz de Turrialba, comprometida con los valores sociales y ambientales; contribuyendo así a los procesos y actividades de las comunidades aledañas para un mejor desarrollo sostenible”. (Turi-arva, nosotros, párr. 2).

Una de las tareas pendientes de la asociación es definir los valores que los caracterizan, igualmente y como se evidencia en la consulta sobre percepción, la misma comunidad desconoce que su misión está orientada al desarrollo de la comunidad.

Se analiza que debe darse una secuencia complementaria entre misión, visión y objetivo.

- Objetivos.

Para el caso del objetivo general se ha formulado: “Promover los recursos turísticos mediante alianzas estratégicas, realizando un servicio que facilitará el proceso de búsqueda al desarrollo sostenible de Santa Cruz- Turrialba y las comunidades aledañas”. (Turi-arva, nosotros, párr. 3).

Debe generarse un proceso de reflexión orientado a qué buscan con la asociación, cómo la ven a mediano plazo y cuál es su razón de ser, que pueda incorporarse o considerarse en el objetivo general, ya que el actual objetivo propuesto lo delimita únicamente a recursos turísticos y establecimiento de alianzas.

No obstante, al revisar los objetivos específicos si se consideran procesos complementarios a la gestión de la asociación en su accionar socioambiental y no lo limita a recursos turísticos. De igual forma, debe darse coherencia con la misión.

Por su parte, como objetivos específicos están definidos:

1. Fomentar la capacitación constante de nuestros miembros activos de acuerdo con sus necesidades.
2. Definir y establecer las estrategias de mercadeo tanto a corto, mediano y largo plazo.
3. Establecer acciones innovadoras dirigidas a las comunidades a través del fomento de gestiones orientadas a la educación ambiental.



4. Crear alianzas estratégicas con organizaciones comunitarias y afines a nuestras actividades turísticas.
5. Promocionar los atractivos turísticos de la zona a través de acciones y actividades definidas a lo interno de la organización. (Turi-arva, nosotros, párr. 4).

De acuerdo a los objetivos específicos formulados es coherente con las necesidades identificadas en el FODA como estrategias prioritarias para la comunicación. Específicamente en el proceso de capacitación a sus integrantes, en el fortalecimiento y coordinación con actores locales y en la promoción de la organización.

## **Capítulo 6. Construyendo una propuesta de comunicación para la Asociación Turi-arva.**

Este proceso se fundamenta en el modelo y concepto de comunicación para el cambio social, en las experiencias consultadas a expertos, así como producto de la revisión documental y en los aportes generados como parte del proceso participativo.

De acuerdo con Mefalopulos y Kamlongera (2008), esta propuesta parte de un proceso de intervención secuencial a partir del diagnóstico elaborado en conjunto con Turi-arva y a partir de ello se presentan las 13 herramientas de comunicación que invitan a las personas y organizaciones locales a integrarse, a promover acciones que contribuyan a generar el cambio social esperado, el cual está orientado a:

- a. Conservación del ambiente que incorpore la participación comunitaria, que se evidencia en acciones y prácticas cotidianas, tales como: Manejo de residuos, producción ambientalmente amigable (minimizar agroquímicos, ahorro energético entre otros).
- b. Beneficios económicos y sociales para la comunidad, por ejemplo: Dar a conocer a la población nacional que la zona cuenta con la denominación de origen como cuna del Queso Turrialba, y que permitiría fortalecer el comercio local y turismo rural, vinculado con la producción artesanal del queso, así como su ubicación estratégica cercana a tres áreas protegidas: Parque Nacional volcán Irazú, Parque Nacional volcán Turrialba y Monumento Nacional Guayabo.
- c. Articulación del trabajo local en Santa Cruz de Turrialba por parte de diversos grupos organizados, con el apoyo e iniciativa de la Asociación de Guías Locales Turi-arva.

Esto permitirá a su vez, generar un cambio a lo interno de la organización: Mayor participación equitativa de todos sus integrantes y manejo oportuno de los procesos

técnicos y administrativos vinculados con su gestión, lo cual contribuirá a proyectarse y fortalecer su accionar, generando a mediano plazo posicionarse como organización reconocida de turismo y desarrollo de proyectos locales en el campo ambiental, en procura de la autosostenibilidad económica y ambiental como un modelo exitoso de jóvenes emprendedores.

Se proponen varias etapas o momentos que permitan fundamentar la ruta de trabajo para desarrollar una propuesta de comunicación desde la perspectiva de comunicación para el cambio social y con apoyo de tecnologías de información y comunicación.

### **6.1 Primer momento: Elaborando nuestro diagnóstico de comunicación.**

Las organizaciones, instituciones, empresas, comunidades y colectivos deben partir de un análisis de realidad, en este caso, analizar las necesidades de comunicación, específicamente en una organización local, como la Asociación de Guías Locales de Turi-arva. Por ello para esta fase se propone como objetivo: Facilitar las herramientas para el desarrollo de un proceso de diagnóstico participativo sobre necesidades de comunicación en la Asociación de Guías Locales Turi-arva.

Esta propuesta surge del proceso realizado mediante talleres participativos pero incorpora además los aportes en el proceso de entrevistas a especialistas en el campo de la comunicación y proyectos ambientales.

Para el proceso de diagnóstico se recomienda iniciar a partir de la aplicación del FODA, según se detalla:

<b>Actividad 6.1.1: Elaboremos nuestro FODA</b>
Grupo meta: Integrantes de la organización
Resultado esperado: Se dispone de un diagnóstico de necesidades de comunicación para la Asociación de Guías Locales Turi-Arva por medio de la identificación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA).
Duración: 4 horas
Recursos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Papel periódico, tarjetas de colores, marcadores, cinta adhesiva, tijeras, computadora, extensión eléctrica y cámara fotográfica.</li> </ul>
Requerimientos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Salón de reunión, en el cual en forma previa se han ubicado las sillas en círculo o media luna.</li> <li>• Designar con anticipación un facilitador a lo interno de la organización o si se prefiere invitar a un facilitador externo para que coordine el proceso.</li> <li>• Designar un anotador.</li> <li>• Refrigerio</li> </ul>
Desarrollo: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presentación del objetivo de la actividad a cargo del facilitador.</li> <li>2. Se realiza una breve síntesis sobre qué es el FODA.</li> <li>3. Posteriormente se ubican papelógrafos en cuatro sectores del salón, cada uno con la leyenda según se detalla: <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Fortalezas</li> <li>b. Debilidades</li> <li>c. Oportunidades</li> <li>d. Amenazas</li> </ol> </li> <li>4. Se procede a repartir un marcador y tarjetas de cuatro colores diferentes a cada participante.</li> <li>5. Se asigna un color de tarjetas para cada apartado (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).</li> <li>6. Cada participante en forma individual identificará aportes para cada apartado del</li> </ol>

FODA, relacionadas con el proceso de comunicación de la asociación de guías Turi-Arva.

7. Culminado el proceso de trabajo individual, se solicita a cada participante que pegue las tarjetas en el papelógrafo correspondiente. Para lo cual deberá rotar las 4 estaciones para colocar sus tarjetas según corresponda.
8. En forma colectiva se revisarán cada uno de las estaciones o puestos, haciendo un recorrido grupal. Y posteriormente se hará un plenario para socializar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en forma integral y validar la información generada.
9. Corresponderá por parte del equipo de trabajo, definir criterios para análisis de los resultados generados en el FODA, que permita definir como máximo tres estrategias o líneas de acción a considerar en el Plan de Comunicación de la Asociación.

Observaciones

<b>Actividad 6.1.2: Hagamos el mapa de la comunidad</b>
Grupo meta: Integrantes de la Asociación Turi-arva y líderes de la comunidad
Resultado esperado: Se dispone de un mapa de la comunidad que nos permita ubicarnos en el contexto local donde se está inmersa nuestra organización.
Duración: 1 hora, 20 minutos
Recursos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Papel periódico, cinta adhesiva, tijeras, lápiz de color y marcadores.</li> <li>• En forma complementaria fotos o recortes de periódico o revista.</li> </ul>
Requerimientos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir con anticipación un facilitador a lo interno del grupo.</li> <li>• Sitio para el evento.</li> <li>• Cámara para registro fotográfico</li> </ul>
Desarrollo: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El facilitador del proceso explica el objetivo propuesto</li> <li>2. Conformar sub equipos de trabajo si es necesario, de acuerdo al número de participantes.</li> <li>3. Facilita los materiales disponibles a fin de que elaboren un mapa de la comunidad, que identifiquen aspectos como: <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Paisaje: recursos naturales y culturales</li> <li>b. Infraestructura</li> <li>c. Actores sociales presentes</li> <li>d. Actividades productivas</li> <li>e. Marcar donde se ubica nuestra organización en el mapa</li> </ol> </li> <li>4. Socialización de los mapas elaborados</li> <li>5. Mini plenario</li> </ol>
Observaciones

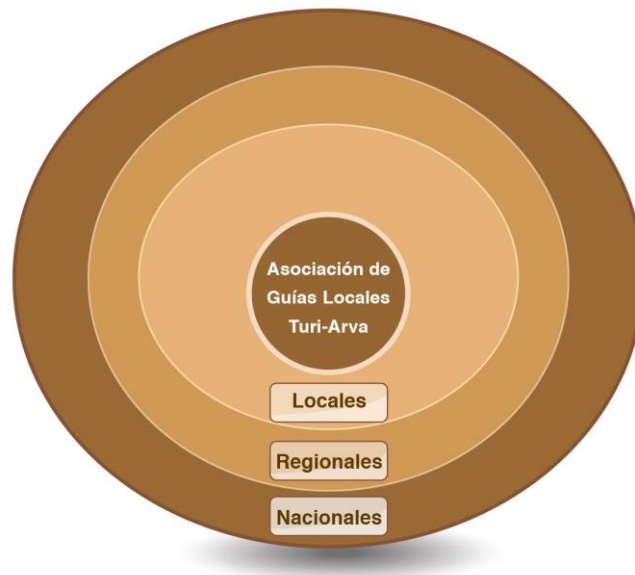
<b>Actividad 6.1.3: Identificando nuestros mecanismos de comunicación.</b>
Grupo meta: Integrantes de la organización
Resultado esperado: La Asociación Turi-arva ha identificado y mapeado los mecanismos de comunicación utilizados a lo interno y externo. Se reconocen los mecanismos de comunicación que se utilizan con actores locales.
Duración: 1:30 minutos
Recursos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pizarra, tarjetas de colores, marcadores, cinta adhesiva, tijera, mecate y prensas de ropa.</li> </ul>
Requerimientos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un facilitador del proceso y un anotador que colabore en la recopilación de la información.</li> <li>• Salón de reunión, con sillas ubicadas en forma circular o de media luna.</li> <li>• Refrigerio (optativo)</li> </ul>
Desarrollo: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. En un papel periódico se escribe el siguiente texto: ¿Cómo nos comunicamos a lo interno de Turi-arva?</li> <li>2. Por medio de lluvia de ideas se empiezan a listar los mecanismos de comunicación y se van anotando.</li> <li>3. En el segundo papel se indica: ¿cómo nos comunicamos con la comunidad de Santa Cruz de Turrialba? Y se procede con la lluvia de ideas y se van anotando los aportes.</li> <li>4. Por último se indican en otro papel periódico, los mecanismos de comunicación utilizados con actores sociales de los distritos de Santa Cruz, Santa Teresita de Turrialba y centro de Turrialba.</li> <li>5. Se realiza un plenario sobre los mecanismos utilizados y se validan.</li> <li>6. Se genera la reflexión del uso de medios convencionales de comunicación, orientados a procesos presenciales, en complemento con medios tecnológicos como el correo electrónico, el teléfono y las redes sociales.</li> </ol>
Observaciones

## 6.2 Segundo momento: Identificando nuestros actores y aliados estratégicos.

Realizada la fase de diagnóstico, corresponde identificar las organizaciones clave para la gestión de la Asociación Turi-arva, los cuales corresponden a personas, instituciones públicas, organizaciones comunales, municipios, empresa privada, centros de educación, sector turismo y municipal, entre otros, con los que Turi-arva se relaciona y que son estratégicos en el cumplimiento de sus objetivos.

<b>Actividad 6.2.1: Elaborando nuestro mapeo de actores: ¿Con quienes nos relacionamos como organización?</b>
Grupo meta: Integrantes de la organización
Resultado esperado: La organización ha identificado los actores sociales con los cuales se relaciona y dispone la información en formato accesible.
Duración: Tres horas
Recursos: <ul style="list-style-type: none"><li>• Papel periódico, cinta adhesiva, tijera, marcadores, tarjetas de colores y cámara.</li></ul>
Requerimientos: <ul style="list-style-type: none"><li>• Se define un facilitador y un anotador a lo interno del grupo.</li><li>• Sitio para reunión, cuyas sillas deben ubicarse en forma circular o de media luna.</li></ul>
Desarrollo: <ol style="list-style-type: none"><li>1. Se toma como punto de partida el mapa de la comunidad.</li><li>2. Se conceptualiza que es el mapeo de actores, el cual para efectos de este proceso, corresponde a la identificación de actores sociales o aliados estratégicos y grupos comunales con los cuales se coordina como parte del accionar de la Asociación Turi-arva.</li></ol> Se presenta al grupo la dinámica a desarrollar, según se detalla: <ol style="list-style-type: none"><li>3. En un juego de papel periódico se presenta la siguiente figura:</li></ol>





4. Se distribuyen a cada participante varias tarjetas de color “naranja” para los actores locales, tarjetas “celestes” para actores regionales y tarjetas “amarillas” para actores nacionales.
5. En un primer momento, se empiezan a pegar por parte de cada participante las tarjetas correspondientes a actores locales.
6. Se revisa en colectivo que se han listado todos los aliados a nivel local.
7. Se procede con la identificación de los actores regionales. Según la cantidad de actores se requiere de un espacio amplio. Pudiendo inclusive aprovecharse el área de piso del salón de reunión que permita realizar el círculo de actores sociales.
8. Se ubican en este momento los actores nacionales.
9. Se valida la información con los participantes.
10. Se recomienda tomar fotografías del mapa de actores, como respaldo para el registro de la información y su respectiva digitalización.
11. Recopilar los materiales generados.
12. Concluir el evento.

Observaciones

### **6.3 Tercer momento: Revisando nuestro mapa de ruta.**

Objetivo: Motivar al equipo de jóvenes que integran la Asociación Turi-arva a realizar una relectura de su proceso estratégico que permita actualizar o reafirmar el rumbo y razón de ser de la organización.

<b>Actividad 6.3.1: Taller de planificación estratégica</b>
Grupo meta: Integrantes Asociación Turi-arva
Resultado esperado: Se revisan y actualizan los elementos de planificación estratégica (visión, misión, objetivos y valores) de la Asociación Turi-arva.
Duración: 4 horas
<p>Recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tarjetas de colores, papel periódico, cinta adhesiva, tijeras, marcadores, computadora, proyector, cámara, mecate, prensas de ropa, una manta o tela blanca y extensión eléctrica.</li> </ul>
<p>Requerimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En forma previa se define el responsable a lo interno de la organización de facilitar la actividad. De igual forma otro colaborador asumirá el rol de anotador de los resultados generados durante el proceso, que permita sistematizar la información.</li> <li>• Sitio para el desarrollo del evento que de preferencia disponga de pizarra.</li> <li>• Refrigerio</li> </ul>
<p>Desarrollo</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bienvenida e introducción a cargo de uno del facilitador del grupo: <ol style="list-style-type: none"> <li>a. ¿Por qué estamos aquí?</li> <li>b. ¿Qué se espera lograr?</li> <li>c. Resultados</li> </ol> </li> <li>2. Presentación de video que motive el trabajo en equipo y la participación <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Video propuesto: “El valor de la actitud”, duración 2:04 minutos. <ol style="list-style-type: none"> <li>i. <a href="http://www.youtube.com/watch?v=ld3asy4l9sl">http://www.youtube.com/watch?v=ld3asy4l9sl</a></li> </ol> </li> </ol> </li> <li>3. Ejercicio individual: ¿Cómo veo la organización?, ¿cómo sueño a la asociación a 10 años? Y ¿Cuál es mi aporte a la organización? Cada miembro del grupo a partir de las preguntas generadoras debe analizarlo en forma individual. Se facilitan tarjetas y marcadores para recopilar los aportes.</li> </ol>

4. En un sector del salón se ubica un “tendedero de ideas” para lo cual pueden utilizar un mecate y prensas para ropa.



5. Cada participante en forma voluntaria ubica sus aportes en el “tendedero”.

6. Se invita a que todos hagan un recorrido y lectura de los insumos generados.

7. Posteriormente, en un papelógrafo o con apoyo de equipo multimedia se presenta la visión actual y el facilitador promueve la lectura en voz alta por parte de alguno de los miembros del grupo.

8. Posterior a revisar la visión actual, se procede con una “lluvia de ideas”:

- a. De acuerdo a nuestro análisis individual: ¿cómo vemos la visión formulada?
- b. ¿Qué se reafirma en nuestra organización?
- c. ¿Qué nos diferencia de otras organizaciones?
- d. ¿Qué se requiere mejorar o modificar en la visión actual?
- e. Realizados los aportes correspondientes se llega a consenso sobre la visión actual de la organización.

Nuestra visión actual:

¿Cómo vemos a nuestra organización a mediano y largo plazo?

Texto propuesto  
incorporar  
(de ser necesario)

9. El facilitador pide a alguno de los miembros que indique cuál es la misión de Turi-arva.

10. Posteriormente con apoyo de equipo multimedia se proyecta el texto de la misión o se presenta en un papelógrafo.

11. Se genera mediante una sesión de “Lluvia de ideas” la revisión del texto definido como misión.

- a. Está claro cuál es la razón de ser de la asociación Turi-arva
- b. ¿Qué aspecto es clave en la misión de la organización?
- c. ¿Nos sentimos identificados con el texto de misión?

d. ¿Qué mejoras se sugieren?

Nuestra misión actual  
¿Cuál es la razón de ser  
de Turi-arva?

Texto propuesto  
incorporar  
(de ser necesario)

12. Realizados y consensuados los aportes, se validan los textos de visión y misión.
13. Corresponde en esta etapa la revisión de los objetivos de la organización.
  - a. El facilitador ubicará en un papelógrafo el texto de misión y visión revisados recientemente.
  - b. Con apoyo de tarjeta de color y pizarra, presenta el objetivo general de la organización y mediante plenario con los participantes genera las siguientes consultas:
    - ¿El objetivo general propuesto nos ayuda a cumplir la misión de la organización?
    - ¿Qué aspectos no están considerados en el objetivo?
    - ¿Qué elementos debemos fortalecer en la redacción o planteamiento del objetivo general?
14. Se procede a revisar los objetivos específicos a fin de que sean acordes al objetivo general y la misión propuesta, mediante el mismo mecanismo de plenario.
  - a. Es oportuno analizar como parte de sus objetivos específicos, la relación con la comunidad de Santa Cruz, en complemento a su acción principal orientado al turismo local.
15. Antes de concluir el taller de planificación estratégica, se facilita a cada participante tres tarjetas, a fin de que en forma individual identifique al menos tres valores que caracterizan a la organización. Se identifica un sitio donde colocar un papelógrafo o pizarra.
16. Se solicita a cada participante que anote los valores identificados.
17. Se realiza un mini plenario para socializar y validar los aportes generados.

Observaciones

#### 6.4 Cuarto momento: Construyendo nuestro concepto de comunicación.

La comunicación es un proceso que considera la participación, el diálogo y el acceso. Debe considerar el contexto donde está inmersa la organización. Se fundamenta en un proceso horizontal entre dos o más personas que promueve su interacción.

Objetivo: Socializar el concepto de comunicación, sus características e importancia con la Asociación de Guías Locales Turi-arva.

<b>Actividad 6.4.1: Taller “Conceptualicemos comunicación para la Asociación Turi-arva”</b>
Grupo meta: Integrantes de la Asociación
Resultado esperado: Los miembros de Turi-arva han internalizado la importancia del proceso de comunicación, entendida como proceso participativo, de diálogo y construcción de saberes.
Duración: 2 horas, 30 minutos
Recursos: <ul style="list-style-type: none"><li>• Tarjetas de colores, papel periódico, marcadores, tijeras, prensas de ropa, mecate, extensión eléctrica, computador, parlantes, proyector de multimedia y cámara.</li></ul>
Requerimientos <ul style="list-style-type: none"><li>• Un facilitador externo vinculado con procesos de comunicación participativa.</li><li>• Un sitio de reunión</li><li>• Refrigerio (optativo)</li></ul>
Desarrollo <ol style="list-style-type: none"><li>1. Presentación de la actividad a cargo del facilitador.</li><li>2. Cada participante generará aportes sobre qué entiende por comunicación. Para</li></ol>

lo cual anotará su definición en una tarjeta.

3. Se integran los aportes en una pizarra, papelógrafo o mecate previamente instalados en un sitio del salón.
1. El facilitador presenta la definición y algunas características de la comunicación, considerando el modelo de comunicación participativa, horizontal y que se fundamenta en el diálogo y construcción de saberes entre dos o más personas.
2. En forma optativa puede presentarse el video “Tecnología o Metodología”, que se localiza en el siguiente link:  
<http://www.youtube.com/watch?v=iUGMgw4MK64>
3. Se genera un conversatorio o intercambio de ideas entre los participantes sobre sus aportes y la definición propuesta.
4. En un mini plenario se construye a partir los insumos generados:
  - El concepto de comunicación a considerar para la Asociación Turi-arva.
  - Características de la comunicación para la Asociación Turi-arva
  - Importancia de la comunicación para la Asociación Turi-arva
5. Se validan los resultados generados
6. El facilitador presenta a modo de síntesis el modelo de comunicación participativo y para el cambio social que fundamenta esta investigación.
7. Conclusión

Observaciones

## **6.5 Quinto momento: Construyendo nuestra propuesta de comunicación.**

A partir del análisis del FODA realizado en el marco de esta investigación, se identifican las líneas de acción u objetivos para desarrollar el proceso de comunicación de la Asociación de Guías Locales Turi-Arva.

### **6.5.1 Definición de objetivos para el plan de comunicación**

Como objetivo general se plantea:

- Fortalecer la gestión de la Asociación de Guías Locales Turi-arva con actores locales de los distritos de Santa Cruz, Santa Teresita y centro de Turrialba, así como la comunidad de Coliblanco de Capellades, Alvarado.

Se establecen como objetivos específicos:

- Fortalecer la gestión de la Asociación de Guías Locales Turi-arva que facilite que sus integrantes puedan utilizar los medios digitales (web, correo y Facebook) y programas de software para desarrollo de procesos técnicos administrativos de la organización.
- Fortalecer los mecanismos de coordinación de la Asociación Turi-arva con actores locales.
- Promocionar en sitios web vinculados con el turismo rural y gestión socioambiental que contribuya a posicionar a la Asociación Turi -arva.



### **6.5.2 Grupos meta prioritarios.**

El plan de comunicación para la Asociación Turi-arva está orientado en dos ámbitos:

- A nivel interno: Los actuales y potenciales integrantes de la Asociación Turi-arva.
- A nivel externo: Corresponde a los actores locales identificados.

Es oportuno citar que a nivel local los participantes en el taller para elaboración del mapeo de actores sociales, se identificaron 38 actores locales, que están circunscritos en el área geográfica de los distritos de Santa Cruz, Santa Teresita y centro de Turrialba, y la comunidad de Coliblanco de Capellades de Alvarado.

### **6.5.3 Plan de comunicación.**

**Objetivo 1.** Fortalecer la gestión de la Asociación de Guías Locales Turi-arva que facilite que sus integrantes puedan utilizar los medios digitales (web, correo y Facebook) y programas de software para desarrollo de procesos técnicos administrativos de la organización

**Actividad 1.1: Coordinación de procesos de capacitación con enfoque de aprender haciendo.**

Grupo meta: Integrantes de la Asociación Turi-arva, potenciales nuevos miembros.

Resultado esperado:

Al menos 80% de los jóvenes que conforman la asociación de guías locales están capacitados y mejoran su gestión técnica administrativa y fortalecen la organización.

Desarrollo:

Se propone fortalecer la gestión técnica administrativa así como el fortalecimiento organizacional, para lo cual se delimitan los requerimientos de capacitación según se detalla:

*1. Módulo de gestión técnica administrativa*

- a. Redacción de documentos (actas, minutas, informes)
- b. Sistemas de manejo de la información (material impreso y en formato virtual).
- c. Internet básico: Correo electrónico, motores de búsqueda, red social Facebook.
- d. Planificación operativa: Elaboración de planes de trabajo, elaboración de presupuestos, mecanismos de seguimiento y evaluación.
- e. Capacitación sobre recursos tecnológicos complementarios que apoyen la gestión de la organización: Presentaciones en Pressy, elaboración de esquemas en Caco, plataforma para encuestas en línea, elaboración de organigramas, elaboración de videos, diseño de podcast, entre otros.

*2. Módulo de Fortalecimiento organizacional*

- a. Comunicación para el cambio social
- b. Taller sobre comunicación asertiva
- c. Trabajo en equipo
- d. Resolución alterna de conflictos
- e. Taller sobre beneficio de las redes sociales y sitio web para Turi-arva. Se propone que sea impartido por uno de los miembros con experiencia en esta materia.

Observaciones:

- a. El modelo de comunicación para el cambio social (modelo horizontal y participativo) será el enfoque para orientar la mediación pedagógica de estos procesos de capacitación.
- b. Se prevé la contratación de estas capacitaciones a entes externos, o en su caso deberán canalizarse mediante coordinación con entes académicos, instituciones públicas que apoyen el acompañamiento de proyectos locales, u organizaciones no gubernamentales que desarrollen procesos de capacitación y formación. Entre ellos se identificaron los siguientes:
  - Fundación Omar Dengo
  - Universidad de Costa Rica, TCU sobre emprendedurismo / Sede San Ramón
  - Instituto Nacional de Aprendizaje, Sede Turrialba
  - Fundación ACCESO
  - REDCOM Microfinanzas
  - Instituto de Fomento Cooperativo, Área de Capacitación
  - Universidad CENFOTEC, cursos libres,
  - Instituto Costarricense de Educación Radiofónica

<b>Actividad 1.2: Elaboración de manual de inducción para la Asociación Turi-arva</b>
Grupo meta: Actuales y potenciales integrantes de la organización.
Resultado esperado: Se dispone de un manual orientador, en formato impreso y digital que integra información sustantiva sobre la organización.
Recursos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiamiento para diseño gráfico e impresión</li> </ul>
Requerimiento: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vincular con la imagen gráfica de la asociación.</li> <li>• Incorporar en sitio web de la organización (carpeta para miembros)</li> </ul>
Desarrollo: <p>A lo interno de la Asociación de Guías Turi-arva corresponde la recopilación y sistematización de información que permita elaborar un manual de inducción para nuevos integrantes, pero a la vez fortalecerá la gestión de los actuales miembros.</p> <p>Estructura propuesta:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Quiénes somos?:</li> <li>2. Fundamento Legal: Datos de creación y cédula jurídica</li> <li>3. Historia: ¿Cómo surge la Asociación Turi-arva?</li> <li>4. Nuestra visión, misión y principios</li> <li>5. Organigrama</li> <li>6. Objetivo general y específicos de la Asociación Turi-arva</li> <li>7. Proyectos que desarrollamos: Turismo, educación ambiental y eventos .</li> <li>8. Plan de comunicación para actores locales de la Asociación Turi-arva</li> <li>9. Imagen gráfica: Uso del logo, uso del uniforme</li> <li>10. Procedimientos y reglamentos de la organización</li> <li>11. Directorio de grupos de interés o actores estratégicos</li> </ol>
Observaciones:

**Objetivo 2:** Fortalecer los mecanismos de coordinación de la Asociación Turi-arva con actores locales.

<b>Actividad 2.1: Dialogando con Turi-arva</b>
Grupo meta: Representantes de organizaciones comunales, comercios, pequeños productores, instituciones educativas, iglesia, Cruz Roja, entre otros.
Resultado esperado: Al menos 25% de los actores locales identificados por la asociación, participan en el primer evento “Dialogando con Turi-arva”.
Recursos: Impresión de invitaciones, computadora, parlantes, extensión eléctrica, proyector de multimedia, cámara, grabadora.
Requerimientos: <ul style="list-style-type: none"><li>• Definir responsabilidades o rol de cada participante de Turi-arva previo y durante la actividad.</li><li>• Sitio de reunión</li><li>• Prever refrigerio</li><li>• Acceso a teléfono celular de la organización</li></ul>
Desarrollo: Son espacios de socialización con la comunidad, entre ellos: Encuentros, reuniones con organizaciones locales, diálogos, conversatorios, video foros, talleres, entre otros que se realicen en la comunidad de Santa Cruz de Turrialba. Los mismos deben ajustarse a los horarios y tiempo de que dispone los líderes de la comunidad. Se recomienda una duración de dos horas, en sesiones de la tarde. Es una actividad orientada a fortalecer espacios de diálogo y participación a nivel local, que permite a su vez que la Asociación Turi-arva apoye procesos orientados al desarrollo local de Santa Cruz y al trabajo en conjunto con diversos actores locales. Este tipo de eventos son mecanismos oportunos para rendición de cuentas a nivel local, para auto evaluación y para generar una cultura de transparencia en la gestión de la organización. Además permite la generación de ideas de nuevos proyectos y el reconocimiento a la

gestión de Turi-arva.

Considera las siguientes acciones:

1. Incorporar en el plan anual de trabajo de la organización la planificación de tres “Diálogos con Turiarva”. Se recomienda realizarlos en los meses de febrero, junio y noviembre.
2. Revisión de listado de actores locales y mapeo de números de teléfono (de preferencia celular de cada representante de organización y el correo electrónico de aquellos que disponen de este servicio).
3. Redactar la lista de temas a tratar en estos encuentros con los asistentes, para que sean éstos realmente los que les interesan a la comunidad.
4. Definición de temas prioritarios para cada evento, metodología y propuesta de programa.
5. Definir roles y responsabilidades para cada miembro de Turi-arva (facilitador o moderador, responsable de invitaciones impresas, responsable de comunicaciones electrónicas, anotador durante el evento, toma de fotografías, registro de participantes, entre otros).
6. Definir si requieren un expositor o invitado especial según el tema que se define analizar (por ejemplo si se considera un tema técnico o científico como lo es “cambio climático y repercusiones en la actividad agrícola, se debe identificar un especialista en este campo).
7. Identificar recursos de apoyo (audiovisual, impreso o dinámica) que sea necesario incorporar.
8. Solicitar el salón comunal, salón parroquial o centro educativo con suficiente anticipación, al menos un mes antes del evento.
9. Elaborar invitación para el evento una vez confirmado el sitio del evento.
10. Distribuir en forma impresa la invitación del evento, al menos 22 días antes de la actividad.
11. Incorporar el evento en sección de noticias del sitio web así como incluirlo como evento en el perfil de Facebook de Turi-arva.
12. Enviar invitación por correo electrónico a organizaciones que utilizan este medio.

13. Preparar material para cada participante. 14. Tres días antes, enviar SMS recordando la actividad a todos los participantes. 15. Desarrollo del evento 16. Evaluación del evento 17. Sistematización y socialización de resultados en sitio web de Turi-arva y en boletín impreso.
Observaciones:

La Asociación Turi-arva ha generado importantes esfuerzos por medio de tecnologías de información y comunicación. Sin embargo como aspectos que requieren fortalecerse están el diálogo y la interacción con actores locales, propiamente de la comunidad de Santa Cruz. Entre ellos la asociación de desarrollo, la escuela, la asociación de desarrollo, así como productores de la zona entre otras instancias, que no necesariamente tienen acceso a internet.

Por tanto, hay que complementar procesos de comunicación alternativos a nivel local, que permitan además mejorar la percepción que tiene algunos actores locales del grupo de jóvenes que integran la Asociación Turi-arva.

Para actores que no cuentan con acceso a tecnología, es estratégico disponer de un sitio de información y de noticias de interés en materia socioambiental para la comunidad.

Se definen como puntos estratégicos: La Escuela de Santa Cruz y la Iglesia Católica, sitios que fueron reafirmados por los miembros de Turi-arva. No obstante durante el trabajo de campo, se identificó que la oficina de la ASADA, a partir de mayo tiene un horario de 1 p.m. a 5 p.m., lo que representa otro sitio otro sitio alternativo para la ubicación de la propuesta de pizarra informativa que se detalla a continuación:

<b>Actividad 2.2: Turi-arva informa. Pizarrón informativo en un sitio estratégico de la comunidad</b>
Grupo meta: Pobladores de la comunidad de Santa Cruz de Turrialba.
Resultado esperado: Se dispone de un espacio en la comunidad para dar a conocer actividades vinculadas con la gestión de Turi-arva y motivar a diversos actores locales a integrarse en actividades o proyectos .
<p>Recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pizarra de corcho o cuadro de madera, que permita la ubicación temporal de materiales, recortes de revista, afiches, entre otros materiales.</li> </ul>
<p>Requerimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anuencia de la escuela o Iglesia Católica de Santa Cruz para ubicar el espacio de información.</li> <li>• Sitio donde se ubique que se proteja de condiciones climáticas.</li> <li>• Un responsable para preparar la información a ubicar en la pizarra informativa.</li> <li>• Establecimiento de alianzas con organizaciones.</li> </ul>
<p>Desarrollo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se debe elaborar un cronograma de responsable mensual de elaborar la pizarra “Turi-arva informa”. Se debe rotar la responsabilidad, asegurando la participación, compromiso y creatividad de todos los miembros de la asociación.</li> <li>2. La primera semana de cada mes se actualizará la pizarra informativa.</li> <li>3. La información que se divulgará podrá consistir en: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Noticias de eventos de interés a realizar por Turi-arva u otra organización que estén relacionados con temas. Por ejemplo: Feria del Queso de Santa Cruz, charlas o cursos sobre gestión de residuos sólidos, días de campo, giras, entre otros aspectos.</li> <li>○ Fechas o celebraciones ambientales: 22 de marzo: Día del Agua; 22 de abril: Día de la Tierra; 5 de junio: Día Mundial del Ambiente; 15 de junio: Día del Árbol, entre otros.</li> <li>○ Fotografía del mes</li> </ul> </li> </ol>



<ul style="list-style-type: none"><li>○ Consejo del mes: En casa apaga las luces que no necesitas. Reutiliza las bolsas plásticas, entre otros.</li><li>○ Datos de interés: Sabía usted que.....</li></ul> <p><b>4.</b> La Asociación Turi-arva podrá invitar a instituciones u organizaciones afines a apoyar la elaboración de la pizarra informativa, por ejemplo la oficina del Parque Nacional Volcán Turrialba, la asociación de desarrollo, la asociación de acueducto la escuela, la Cruz Roja, el Ministerio de Salud, el Ministerio de Seguridad o la Comisión Nacional de Emergencias.</p>
Observaciones:

Un proceso de comunicación para el cambio social se fundamenta en la participación y el diálogo, en generar aprendizajes y que los mismos actores sociales se integren, generen iniciativas y propicien el cambio en el contexto comunal. Es por ello que se debe fortalecer la coordinación con líderes comunales por parte la Asociación Turi-arva, por lo que se considera oportuno la planificación de eventos que propicien el aprendizaje vivencial tales como: giras o visitas a proyectos demostrativos en el campo socioambiental.

<b>Actividad 2.3: Intercambios Turi-arva</b>
Grupo meta: Líderes comunales de organizaciones, productores, instituciones educativas, entre otros.
Resultado esperado: 25% de los actores locales participan en el primer intercambio y se motivan al trabajo conjunto a nivel comunidad.
Duración: Según perfil de gira podrá realizarse de un día a tres días.
<p>Recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte para intercambio</li> <li>• Servicio de alimentación</li> <li>• Servicio de alojamiento</li> <li>• Pago de seguro de viaje</li> </ul>
<p>Requerimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinación previa con sitios o proyectos a visitar.</li> <li>• Establecimiento de alianzas con instituciones y organizaciones.</li> <li>• Definir qué miembros de la asociación participarán como responsables durante la gira.</li> <li>• Asegurar que un coordinador o facilitador del sitio a visitar, los atienda durante el recorrido.</li> <li>• Debe considerarse dentro de los objetivos de cada intercambio, los procesos de cambio en el contexto comunal que se espera promover (por ejemplo: Visita a un centro de acopio, para impulsar acciones a nivel local sobre el manejo responsable de residuos sólidos. La gira o intercambio es una motivación para actuar a nivel local).</li> </ul>
<p>Desarrollo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Establecer los objetivos para la realización de visitas a proyectos de interés, haciendo partícipes a los actores locales en su definición.</li> <li>2. Identificar posibles sitios de visita, participando a diversos actores locales, que les permita identificarse en el proceso.</li> <li>3. Establecer alianzas para el desarrollo de los intercambios Turi-arva. Por</li> </ol>

ejemplo: CATIE, ACCVC, SINAC, UCR, ICE, INA, CONCURE, entre otros.

4. Identificar actores locales a invitar.
5. Diseñar invitación y programa de visita.
6. Distribución de invitaciones con al menos un mes de anticipación al evento.
7. Solicitar que se confirme por parte de los invitados su asistencia una semana antes del evento.
8. Prever contratación de alimentación, hospedaje y seguro según se identifique
9. Recordatorio vía SMS a los participantes dos o tres días antes del evento.
10. Desarrollo de actividad
11. Evaluación
12. Sistematización
13. Elaboración de noticia sobre el evento
14. Publicación de noticia en sitio web, Facebook y pizarra informativa.

Observaciones:

En el contexto local y específicamente en la gestión de la Asociación de Guías Locales Turi-arva, se deben complementar los mecanismos como sitio web y Facebook con material impreso dirigido a grupos meta que no tienen acceso a este servicio. Aspecto que se evidencia en el proceso de consulta sobre la percepción del grupo así como con el análisis de otras experiencias de comunicación. Las TIC son medios y complementan procesos de comunicación, pero se requiere fortalecer la comunicación desde lo local.

**Actividad 2.4:****Diseño de material impreso a grupos meta prioritarios para fortalecer la gestión de la Asociación Turi-arva y el desarrollo de iniciativas locales en Santa Cruz de Turrialba**

## Grupo meta:

Se proponen dos grupos:

- Pobladores de la zona (Santa Cruz, Santa Teresita, Turrialba Centro y Coliblanco de Alvarado).
- Turistas o potenciales turistas nacionales que apoyen proyectos de desarrollo local en la zona.

Resultado esperado: Se establecen alianzas al menos con tres sitios estratégicos para dar a conocer la gestión de Turi-arva e iniciativas locales en comunidades.

## Recursos:

- Presupuesto para diseño gráfico
- Impresora y tintas a color
- Papelería

## Requerimientos:

- El material impreso debe incorporar número de teléfono, sitio web y Facebook de la organización.
- De preferencia que sean materiales impresos en papel reciclado, sin barniz UV, tintas biodegradables, que promueva prácticas amigables en el proceso de impresión.
- Debe incorporar información de iniciativas locales.

## Desarrollo:

1. Definición de objetivo del material
2. Se procede a identificar el grupo meta a quien está dirigido el material.

3. Se elabora la idea preliminar o concepto del material.
4. Se verifica que no exista un material similar que pueda utilizarse.
5. Se identifican los recursos que considerará: Texto, fotos, mapa, etc.
6. Para las imágenes o fotografías deben identificar los créditos correspondientes.
7. Establecer contacto con diseñador gráfico para boceto de material.
8. Establecer contacto con posibles sitios de distribución del material.
9. Validar el material con grupo meta.
10. Gestión de patrocinios para impresión del material.
11. Impresión del material.
12. Distribución en sitios estratégicos.
13. Dar seguimiento a sitios de distribución para evidenciar cantidad de material distribuido.
14. En el sitio web de Turi-arva, en la sección de portal ubicar el archivo en formato digital, que permita su descarga para cualquier interesado.

Observaciones

### **Actividad 2.5: Participación en exhibiciones y otros eventos**

Corresponden a espacios como ferias ambientales, eventos vinculados con sector educación, conservación del ambiente y turismo rural comunitario, entre otros que permitan dar a conocer la gestión de la organización.

Grupo meta:

Niños, adultos, adultos mayores y representantes de organizaciones e instituciones que participan en ferias y eventos.

Resultado esperado: Al menos 2 veces al año se participa en eventos que permiten promocionar la gestión de Turi-arva.

Recursos:

- Presupuesto para pago de inscripción
- Material para exhibición e impresos
- Recursos para viáticos para los participantes (alojamiento y alimentación según corresponda).

Requerimientos:

- Transporte y hospedaje para participar en el evento

Desarrollo:

1. Designar responsables dentro del grupo para participación en ferias.
2. Inventariar el material disponible.
3. Analizar los grupos metas a los cuales está dirigido el material.
4. Analizar si los materiales tienen una única imagen que contribuya a posicionar la organización.
5. Identificar qué otros de materiales se requieren para coadyuvar al objetivo de participar y posicionar la gestión de la Asociación Turi-arva, a partir de grupo meta prioritario.
6. Diseñar material impreso y audiovisual, que promueva la participación y la accesibilidad a diversas personas.
7. Identificar o listar fechas de eventos y elaborar cronograma.

Observaciones

La asociación debe identificar las ferias que son estratégicas y que es de interés asistir. Por ejemplo la Feria Expotur, evento a nivel nacional, tiene un costo para expositores de \$2500 (según sitio web de Expotur, Instructivo de participación Expotur 2014) lo que evidencia que si bien interesa, no es viable para una organización local.

Sin embargo existen eventos como Feria del Ambiente (coordinado por el Ministerio del Ambiente y Energía) que tiene una tarifa de \$300, no obstante pueden establecerse alianzas con organizaciones públicas, que permita su participación sin pago del rubro, por corresponder a iniciativas locales.

### **Estrategias de comunicación vinculadas con el uso de TIC.**

El papel de las tecnologías de información y comunicación a nivel local, debe ante todo contribuir a minimizar la brecha digital, evitar barreras en la comunicación y complementar los mecanismos de comunicación tradicionalmente utilizados.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en el censo 2011 como parte de los indicadores que fundamentan el uso de tecnologías de la comunicación e información para el cantón de Turrialba, refiere a los siguientes resultados:

- 66.7% de la población usó celular en los últimos tres meses
- 40.1% utilizó computadora en los últimos tres meses
- 36.8% de la población del cantón de Turrialba usó internet en el mismo período (INEC, 2011).

De igual forma a nivel distrital para la zona de estudio se reflejan resultados que fundamentan la oportunidad de complementar el uso de las TIC con actores locales

Tabla N° 13

Indicadores del uso de TIC para los distritos de Santa Cruz, Santa Teresita y Turrialba según INEC 2011.

Distrito	Indicadores Uso TIC		
	% población de 5 años y más que en los últimos tres meses ha utilizado celular	% población de 5 años y más que en los últimos tres meses ha utilizado computadora	% población de 5 años y más que en los últimos tres meses ha utilizado internet
Santa Cruz	66.5	32	27.3
Santa Teresita	67.3	28.4	24.9
Turrialba	74.2	52.5	49.6

Fuente: Elaboración propia a partir de INEC (2011). Indicadores educativos y uso de tecnologías de la comunicación e información según cantón y distrito

Con fundamento en los datos anteriores se debe sistematizar información que permita a la Asociación Turi-arva complementar sus esfuerzos de comunicación con organizaciones locales por medio de las TIC, por lo que se propone la elaboración de un registro que permita puntualizar según actor local tecnología utilizan:



**Actividad 2.6: Elaborando nuestra base de datos sobre las tecnologías que utilizan los actores locales que son estratégicos para la Asociación Turi-arva**

Grupo meta: Actores locales participantes o potenciales participantes en eventos organizados por Turi-arva.

Resultado esperado: Se identifican los recursos tecnológicos que utilizan al menos 50% de los actores locales y se potencia como mecanismo para comunicación.

Duración: 1 hora

Recursos:

- Impresión de formulario, lápiz, lapicero, tabla para encuestas

Requerimientos:

- Designar un responsable para este proceso.
- En el contexto de reuniones o eventos previamente convocados, incorporar esta actividad como parte del programa.
- Como alternativa, puede realizarse entrevista persona a persona para recopilar dicha información.

Desarrollo:

1. El responsable de recopilar dicha información deberá aplicar las siguientes guías a cada representante de organización.
  - a. ¿Qué recursos tecnológicos utilizan en su organización?

Nombre de la organización:			
Persona contacto:			
TIC	Marque con X aquellos que utiliza con frecuencia	Por favor según la línea que corresponda, indique su número de teléfono, correo, emisora, etc.	Indique SI o NO ¿está de acuerdo en recibir información de eventos por alguno de los medios indicados?
Teléfono celular			

Correo electrónico			
Facebook			
Sitio web			
Twitter			
Tablet			
Computador			
Radio			
Otras: indique			

b. ¿Cómo utilizamos estas tecnologías en nuestra organización?

Actividades que se realizan	Teléfono Cel.	Correo Elec.	Facebook	Sitio web	Twitter	Tablet	Computador	Radio
1. Convocar a reuniones.								
2. Solicitar sitios para reunión o eventos.								
3. Remitir invitaciones a miembros de la comunidad.								
4. Dar a conocer eventos.								
5. Compartir mensajes o consejos								
6. Compartir imágenes y fotografías.								
7. Realizar trámites o solicitudes formales.								
8. Redactar y digitar documentos (cartas, informes, avisos y otros).								
9. Grabar eventos que se realizan.								
10. Grabar opiniones de los participantes.								
11. Promueve la participación de la comunidad.								
12. Indicar los servicios que se brindan.								
13. Como apoyo a procesos educativos.								

14. Informar sobre temas de interés para la comunidad.									
15. Dar a conocer las actividades que se realizan.									
Otros:									

Fuente: Adaptado de SPRI. (s.f., pp. 18-19).

2. Integración de la información recopilada en un cuadro de Excel.
3. Elaborar lista de correos con direcciones facilitadas por organizaciones.
4. Elaborar grupos para envío de mensajes de texto vía SMS a representantes de organizaciones.
5. Actualización periódica de listas de correos y grupos para envío de mensajes.
6. Evaluación respecto a los resultados generados a partir del uso de estas tecnologías en los procesos de la Asociación Turi-arva.

Observaciones:

De igual forma considerando que el 66.7% de la población del cantón de Turrialba usó celular en los últimos tres meses (INEC, 2011) y que la mayoría de los líderes de organizaciones y actores locales de Santa Cruz tienen acceso a este servicio, se propone la utilización de mensajes SMS, considerando que es un recurso económico, ágil, inmediato y de fácil utilización que aprovecha las nuevas tecnologías.

Para la Asociación de Guías Locales Turi-arva se propone que correspondan a mensajes sobre eventos o consejos vinculados con la gestión de la organización Turi-arva o su campo de acción.

<b>Actividad 2.7: Mensajes por SMS</b>
Resultado: Se incrementa 25% la participación de actores locales, con apoyo de la divulgación de actividades vía SMS.
Duración:
Recursos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuesto para envío de mensajes</li> <li>• Previa elaboración de guión de mensajes</li> </ul>
Requerimientos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponer de teléfono móvil por parte de la organización</li> </ul>
Desarrollo: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Incorporar el envío de mensajes telefónicos en el Plan Anual de Trabajo 2015 de la organización que permita asignar presupuesto.</li> <li>2. A partir de la base de datos de la Asociación Turi-arva, se deberán tener listas de envío segmentadas (por ejemplo: Adultos). Va a depender del grupo generacional que utilice más los SMS como medio de comunicación.</li> <li>3. Definir responsable (s) del envío de mensajes.</li> <li>4. Identificar cuatro eventos o actividades estratégicas que es preciso divulgar a los miembros de la comunidad de Santa Cruz de Turrialba.</li> <li>5. Elaborar un cronograma de divulgación por SMS.</li> <li>6. Elaborar en forma previa propuesta de mensajes. Se presentan las siguientes opciones: <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Asociación de Guías Locales Turi-arva le invita a la Feria Ambiental en la comunidad Pacayas a realizarse el 5 y 6 de junio. Visítenos y conozca de nuestra gestión en turismo y conservación ambiental.</li> <li>b. Asociación de Guías Locales Turi-arva le invita al curso sobre “Atractivos turísticos“, el próximo 11 de junio a las 4 p.m. en la Casita del Desarrollo.</li> <li>c. Colabore con el manejo responsable de los residuos sólidos de Santa Cruz de Turrialba. Un mensaje de Asociación Turi-arva y Parque Nacional Volcán</li> </ol> </li> </ol>

Turrialba.

- d. Asociación Turi-arva le invita a la visita e intercambio de experiencias ambientales en la zona de Sarapiquí el próximo 21 de julio. Incluye servicio de transporte y alimentación. Evento gratuito. Confirme su asistencia.
- e. ¿Qué actividad sugeriría incorporar en la feria del queso en nuestra comunidad?
- f. Le invitamos a proponer el lema para la celebración de la feria del queso en nuestra comunidad.

#### Observaciones

- Esta actividad podrá realizarse con fines informativos, de confirmación o recordatorio de eventos, pero a su vez promover la participación y realimentación de los actores locales, invitándolos vía mensaje a proponer o sugerir actividades, temas, entre otros aspectos.
- Es fundamental que las actividades estén confirmadas previamente.
- Considerar el envío de los mensajes tres o dos días antes del evento.
- Es un medio que complementa la socialización de información, se requiere además combinar con otros mecanismos.

Es oportuno promover el uso de internet, específicamente el uso del correo electrónico para fortalecer los espacios de comunicación entre la Asociación Turi-arva y las comunidades, tendientes a incentivar la participación de la comunidad y a la articulación de esfuerzos, para lo cual se presenta la siguiente actividad:

<p><b>Actividad 2.8: Boletín digital “Turi-arva informa”.</b></p> <p>Se propone el mismo nombre de la pizarra informativa que permita posicionar e integrar ambos espacios.</p>
<p>Grupo meta: Actores locales, regionales y nacionales con acceso a internet y que fueron identificados en el mapeo de actores de la organización (instituciones públicas, empresa privada, municipalidad de Turrialba, comisiones interinstitucionales, agencias de viajes, hoteles, medios de comunicación, universidades, entre otros).</p>
<p>Resultado esperado: Se cuenta con nuevos espacios digitales para posicionar la gestión de la organización. Se ha elaborado una lista de correos para la distribución del boletín.</p>
<p>Recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuesto inicial para diseño gráfico de plantilla de boletín</li> </ul>
<p>Requerimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asegurar periodicidad del boletín cada tres meses a partir de su primera edición.</li> <li>• Establecer alianzas estratégicas con organizaciones presentes en la zona.</li> </ul>
<p>Desarrollo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definir responsable de edición del boletín.</li> <li>2. Elaborar lista de correos de actores clave a quien remitir el boletín</li> <li>3. Secciones propuestas: <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Noticias de actividades de turismo, educación ambiental y eventos realizadas por Turi-arva en fechas recientes.</li> <li>b. Nuestros servicios</li> <li>c. Destino recomendando (incorporar en este apartado iniciativas locales como fincas productoras de queso, viveros, mariposarios, servicios de alimentación, etc.).</li> <li>d. Galería fotográfica</li> <li>e. Consejo ambiental</li> <li>f. Fechas o celebraciones ambientales</li> </ol> </li> </ol>

<p>g. Próximos eventos</p> <p>h. Tema de fondo: Puede invitarse a una institución como CATIE, UCR, INA, MEP, UNED, presentes en la zona a desarrollar una temática.</p>
Observaciones

**Objetivo 3:** Promocionar en sitios web vinculados con el turismo rural y gestión socioambiental que contribuya a posicionar a la Asociación Turi -arva.

Como parte del proceso de consulta sobre la página web de Turi-arva ([www.turiarva.com](http://www.turiarva.com)) y de la observación de la investigadora, se considera necesario participar a los integrantes de la asociación de guías locales sobre el aporte actual de la página web y su potencial mejora, incorporando algunos aspectos básicos de usabilidad.

Es oportuno indicar que el sitio web no está en su versión finalizada, por lo que se evidencian problemas al ingresar a la página.

Para realizar estas mejoras al sitio web, debe socializarse a lo interno de la organización, los aspectos identificados en el marco de esta investigación. A partir de ello se propone la siguiente actividad:

<b>Actividad 3.1: Sesiones de trabajo para actualizar el sitio web de la Asociación Turi-arva</b>
Grupo meta: Integrantes de la Asociación Turi-arva, voluntarios y administrador sitio web.
Resultado esperado: Se mejora el acceso y uso al sitio web de Turrialba y se promueve la información, la participación y la acción.
Recursos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora, proyecto de multimedia, extensión eléctrica.</li> </ul>
Requerimientos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinación con el administrador del sitio web.</li> <li>• Sitio para reuniones.</li> <li>• Disponibilidad de internet en la sesión de trabajo.</li> <li>• Alimentación.</li> </ul>
Desarrollo: <p>En forma conjunta administrador y miembros de Turi-arva deben analizar los siguientes aspectos en varias sesiones de trabajo para mejorar el sitio web:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tomar como punto de partida la visión, misión y objetivos de la organización, los cuales previamente deben revisarse y mejorarse.</li> <li>2. Aplicar la normativa internacional vinculada con accesibilidad para “búsqueda dentro de la página. Ubicarla en la parte superior derecha del sitio.</li> <li>3. Incorporar el mapa del sitio.</li> <li>4. Relacionar el sitio web con el perfil de Facebook de la organización.</li> <li>5. Eliminar el link al sitio “FENAGUITUR”, pues no está abierto y no existe certeza si la organización realmente funciona, aspecto que se evidencia en los motores de búsqueda.</li> <li>6. Revisar la funcionalidad de “calendario de publicaciones” y de “comentarios recientes”.</li> <li>7. Evitar la justificación derecha en los textos.</li> <li>8. Revisar la tipografía.</li> </ol>



9. Incluir una sección o espacio para invitar a más miembros de la zona a unirse al grupo, por ejemplo: ¿Cómo formar parte de Turi-arva o cómo apoyar? De igual forma qué proyectos locales puedes apoyarse e información de contactos. De esta forma se informa, participa e invita a la acción, por ejemplo: Voluntariado, pasantías, investigaciones de tesis, programas de responsabilidad social, entre otros.
10. Incorporar en la página una sección de proyectos o iniciativas locales.

En la sección de “Artículos”:

11. Incorporar textos recientes, los cuales deben caracterizarse por ser textos cortos.
12. Estructurar mejor la información.
13. Incorporar enlaces a otros sitios relacionados con el tema del artículo.
14. Rotar periódicamente la información que evidencia variedad y dinámica en la sección.

En la sección de “Eventos”:

15. Actualizar información periódicamente. Por ejemplo: Colocar fotografías dinámicas de eventos con no más de 22 días de su realización.
16. Incorporar textos cortos y fotografías.

En la sección de “Tours”:

17. Incorporar mapas de sitios de tours, duración, horarios y precios de cada tour.
18. Uniformar información en todos los tours.
19. Si se visitan proyectos o fincas demostrativas locales, por ejemplo el tour del queso, debe especificarse, que motive a apoyar el turismo rural comunitario.
20. Explicar un poco más el recorrido, así como lugares cercanos de interés y los servicios adicionales que pueden ofrecer (transporte, alimentación, convivio con grupos comunales, entre otros).
21. Resumir textos e incorporar elementos gráficos que llamen la atención, sin sobrecargar página.

22. Podría contener videos de un minuto con testimonios que cuenten la experiencia de los visitantes o de grupos comunales y las iniciativas que se desarrollan.

En un segundo taller analizar la propuesta para:

23. Desarrollo de un portal educativo que incorpore actividades interactivas, materiales de educación y comunicación: Portal EduTuri-arva.

- a. Para planificar este proceso se propone realizar un proceso de capacitación con los miembros de Turi-arva y representantes de organizaciones que desarrollen plataformas educativas como INBIO, Fundación Omar Dengo y Se quema el cielo.
- b. Se propone que sea un sitio o espacio para promover y motivar el aprendizaje en línea.
- c. Se fundamenta en la oportunidad de complementar material educativo con apoyo de TIC's, por ejemplo:
  - o Vincular el rincón educativo con actividades de Facebook de la organización.
  - o Establecer en el portal EduTuriarva vínculos con espacios o materiales educativos digitales, por ejemplo: Cibercolmenas (comunidad de aprendizaje del INBIO).

Observaciones:

De igual forma se propone a la organización el desarrollo de dos actividades complementarias:

### **Actividad 3.2: Sitios web de interés para posicionar a la Asociación de Guías Locales Turi-arva**

Acciones sugeridas:

1. Identificar sitios estratégicos donde interesa posicionarse en el campo del turismo local y proyectos.
2. Establecer alianzas estratégicas con dichas organizaciones
3. Diseñar banners de Turi-arva para su incorporación en estos sitios.
4. Vincular los sitios estratégicos dentro del sitio web de Turi-arva.

### **Actividad 3.3: Desarrollar consultas periódicas sobre el sitio web y el perfil de Facebook**

1. Mediante el apoyo de plataformas digitales como SurveyMonkey o Google diseñar encuestas para los usuarios, que permita la evaluación periódica del sitio web y del perfil de Facebook.
2. Analizar resultados generados.
3. Realizar la actualización de las plataformas digitales en coordinación con administrador.

## **6.6 Validación de propuesta de comunicación.**

Se aplicó la validación por medio de taller participativo con los miembros de la Asociación Turi-arva, complementándose con el criterio de expertos mediante consulta electrónica, tal y como se describe en el capítulo de metodología.

De acuerdo Martín Guerra-García y Milena Alba de UNICEF (2003) se realizó una validación que incorpora la consulta técnica a expertos y al grupo meta. Si bien la guía de validación de UNICEF plantea criterios para materiales ya elaborados

como videos o audios, desarrollados específicamente para los grupos meta, en este trabajo se valida con la asociación que podrá implementar las estrategias propuestas, se comparten los componentes de eficacia planteados por Guerra-García y Alba (2003), definidos como: Atracción, comprensión, involucramiento, aceptación e inducción a la acción (p. 12).

Por lo anterior y de acuerdo con Carlos Cortés (1993) la validación en este trabajo está orientada “a la estructura pedagógica” (p. 3) considerando dos de los aspectos citados por Cortés: “Desarrollo fluido de los pasos descritos en cada herramienta y aclaración de las ideas centrales en cada paso” (p. 7).

Para ello se definió como objetivo: Validar el diseño de las estrategias que integran la propuesta de comunicación para la Asociación de Guías Turísticas por parte de expertos en el campo de la comunicación y/o el desarrollo de proyectos, así como por parte de representantes de la organización a quien está dirigida la propuesta.

Se definieron 11 criterios según se describe:

- a. *Coordinación*: La estrategia propuesta contribuye a fortalecer mecanismos de comunicación a lo interno y/o externo de la organización local.
- b. *Comprensión*: La estrategia o actividad formulada es comprensible y el lenguaje es adecuado.
- c. *Aspecto visual*: Desde la perspectiva gráfica, ¿considera que se hace necesario incorporar imágenes que permitan complementar la explicación de cada actividad?
- d. *Participación*: Cada herramienta formulada permite promover procesos de comunicación participativa, a nivel local.

- e. *Recurso para facilitadores*: Representa un mecanismo de apoyo, que permite guiar y orientar al equipo de trabajo de la organización local para su respectiva aplicación.
- f. *Coherencia*: El desarrollo de los pasos y estructura de cada herramienta es coherente y claro.
- g. *Incorpora los principios de la participación*: La herramienta promueve los principios de la comunicación orientada a la participación, el diálogo, y el acceso.
- h. *Inclusión*: La herramienta o actividad propuesta permite que participen niños, jóvenes, adultos y adultos mayores.
- i. *Papel del facilitador*: La herramienta propuesta permite el rol de facilitador de proceso de comunicación.
- j. *Comunicación para el cambio*: La herramienta propuesta incentiva la organización, acción y participación en la promoción de procesos de cambio en el contexto comunal.
- k. *Acceso a TIC*: Considera que algunas herramientas propuestas incentivan el uso de tecnologías para procesos de comunicación para el cambio social, desde lo local.

## **Resultados del proceso de validación están los siguientes:**

El proceso se realizó mediante taller participativo con 3 miembros de la asociación: José Casasola, William Pereira y Karla Gómez.

Por su parte la validación a expertos, la cual se aplicó mediante envío de consulta de validación por correo electrónico, participaron el Antropólogo Jorge Segura Arias, y la comunicadora Andrea Amighetti.

En el proceso de validación, 13 herramientas fueron analizadas por la Asociación Turi-arva, y en el caso de los expertos, según experiencia y su criterio, seleccionaron cuatro herramientas cada uno para su validación.

Las herramientas revisadas por los expertos corresponden a:

- Coordinación de procesos de capacitación
- Dialogando con Turi-arva
- Turi-arva informa. Pizarra informativa.
- Intercambios Turi-arva.
- Mensajes SMS
- Diseño de material impreso a grupos meta prioritarios para fortalecer la gestión de la Asociación Turi-arva y el desarrollo de iniciativas locales en Santa Cruz.
- Sesiones de trabajo para actualizar el sitio web de la Asociación Turi-arva.

Vale indicar que esta última actividad, además se revisó en su formato por parte de los guías de Turi-arva, no así el contenido que incorpora las recomendaciones de la consulta sobre el sitio web, por cuanto se consideró que son observaciones a respetar como insumo de las personas consultadas y que aportaron observaciones sobre algunas características del sitio web.

En el proceso se realizaron observaciones específicas a partir de los 11 criterios propuestos. Sin embargo algunas observaciones son de carácter general a la propuesta, Jorge Segura (2014), antropólogo e investigador de la Oficina de la Persona Joven considera que:

La estrategia de comunicación es una herramienta de trabajo para la organización, desde esta perspectiva podría no requerir de aspectos visuales. No obstante, la diagramación o la forma de presentación de los contenidos es fundamental para mostrar la relación entre contenidos o bien la secuencia en su desarrollo (Guía de validación, p. 32).

Se presenta la síntesis de la validación de las herramientas de comunicación:

Tabla N° 14

Síntesis de la validación de herramientas de comunicación propuestas para la Asociación de Guías Locales Turi-arva.

Herramienta validada	Observaciones	Sugerencias
<p>1.1 Coordinación de procesos de capacitación con enfoque de aprender haciendo.</p>	<p><b>Segura, J.:</b></p> <p>En coordinación contribuye en cuanto al módulo fortalecimiento organizacional. Sin embargo, los contenidos de la actividad son más amplios que la coordinación.</p> <p>No requiere apoyo visual, la estrategia es para la asociación y la mayoría tiene secundaria completa, y algunos son estudiantes universitarios.</p> <p>La estrategia está dirigida a la organización, eventualmente su aplicación si podrá contribuir a la participación.</p> <p>La capacitación es fundamental, tanto en organización como en TIC.</p> <p>Sobre la coherencia de la herramienta: Es importante explicitar los recursos tecnológicos básicos-esenciales, de manera que también se diga Capacitación sobre el uso recursos tecnológicos básicos.</p> <p>Sobre el papel del facilitador</p>	<p><b>Segura, J.:</b></p> <p>Respecto al criterio “recurso para facilitadores” indica que dado que esta actividad es de formación y tiene un componente de planificación, este apartado puntual tiene un carácter macro a toda la gestión de la organización y a la estrategia de comunicación. Por lo anterior, para lograr el propósito contenido en el criterio de validación se debe incorporar en este punto de la capacitación.</p> <p>Sobre “la coherencia” de la herramienta: El título de la actividad podría ser capacitación en recursos tecnológicos y administrativos para la comunicación</p> <p>Es deseable que “la comunicación orientada a la participación, el diálogo, y el acceso” sea un contenido, o bien un eje transversal, del módulo de fortalecimiento organizacional.</p> <p>En el texto se menciona el “Modelo de comunicación</p>



	<p>la capacitación es también un proceso de comunicación, en este caso de la interacción entre los contenidos y propósitos de las personas integrantes de la organización.</p> <p>Respecto al acceso a TIC incorpora aplicaciones básicas.</p> <p><b>Asociación Turi-arva:</b></p> <p>Sobre los principios de la comunicación “todo va a depender de la metodología de los talleres” . .</p>	<p>para el cambio social”, este enfoque podría orientar la mediación pedagógica de esta actividad.</p>
<p>1.2 Elaboración de manual de inducción para la Asociación Turi-arva.</p>		
<p>2.1 Dialogando con Turi-arva</p>	<p><b>Amighetti, A.:</b></p> <p>Actividad muy acertada para el público meta pues la relación cara a cara prima sobre aquella comunicación mediada por “aparatos”.</p> <p>Respecto a los principios de comunicación indica que está “bien logrado, pues privilegia la tradición oral de la comunidad”.</p> <p><b>Segura, J.:</b></p> <p>El apartado desarrollo tiene un nivel de elaboración amplio en relación con otros apartados.</p>	<p><b>Amighetti, A.:</b></p> <p>Con el fin de promover la comunicación participativa se puede redactar la lista de temas a tratar en estos encuentros con los asistentes, para que sean los que realmente les interesan a la comunidad.</p> <p>Sería recomendable explicar el cambio social o la meta específica que se pretende lograr mediante estos diálogos.</p> <p>Respecto al acceso a TIC:</p> <p>En el diagnóstico se pueden identificar los medios formales e informales de</p>

	<p>La estrategia de comunicación es una herramienta de trabajo para la organización, desde esta perspectiva podría no requerir de aspectos visuales.</p> <p>No obstante, la diagramación o la forma de presentación de los contenidos es fundamental para mostrar la relación entre contenidos o bien la secuencia en su desarrollo.</p> <p>Como recurso para facilitadores “el nivel de detalle es una guía oportuna para la organización responsable de su ejecución”.</p> <p>Sobre la inclusión: La actividad está orientada a organizaciones y no a personas.</p> <p><b>Asociación Turi-arva:</b></p> <p>La inclusión va a depender de la actividad, pues puede excluirse parte de la población.</p> <p>Para que se incentive el uso de las tecnologías puede incluirse en la página web.</p> <p>En el desarrollo de la actividad, apartado 13) enviar SMS recordando la actividad “a todos los participantes”.</p> <p>Incorporar en la sección de desarrollo que además sirve</p>	<p>comunicación en la comunidad.</p> <p>El resultado demostrará el nivel de uso de tecnologías para comunicarse.</p> <p>Generalmente los líderes comunales de zonas rurales se sienten más cómodos comunicándose oralmente.</p> <p>La edad de los líderes influye en su afinidad hacia el uso de tecnologías para la comunicarse con la comunidad.”</p> <p><b>Segura, J.:</b></p> <p>En el criterio de comprensión: Revisar el apartado de desarrollo de otras acciones, y uniformar tanto en contenido como en procedimiento, o bien aspectos operativos.</p> <p>Inclusión: Propone identificar agrupaciones con estas poblaciones.</p> <p>Sobre la comunicación para el cambio plantea otras formas de comunicación con la comunidad y sus organizaciones</p> <p>En algún momento podrían realizar una actividad de proyección de la organización para capacitar a la comunidad en el uso de las TIC que utilizan, de esta manera se hacen</p>
--	--	--

		para auto evaluación.	interlocutores por estos mecanismos.
2.2	Turi-arva informa	<p><b>Amighetti, A.:</b></p> <p>El Pizarrón permite incorporar fácilmente elementos gráficos para explicar e ilustrar información.</p> <p>Sobre el criterio de participación indica que es una excelente iniciativa de invitar a todos los grupos organizados de la comunidad a participar contribuyendo con información.</p> <p>Respecto a coherencia: Hay contradicciones, entre el resultado esperado limitado a informar sobre gestión de Turi-arva y en el desarrollo, donde se abre la Pizarra a distintos grupos organizados.</p> <p>Es importante rescatar la Pizarra como un medio de comunicación directo no mediado por tecnología para que se mantenga accesible a toda la población.</p> <p><b>Asociación Turi-arva:</b></p> <p>Promueve la comunicación participativa en el momento de las charlas o talleres, no así al poner información nada más.</p> <p>Sugieren incluir la información de la pizarra en la página web.</p>	<p>Amighetti:</p> <p>Revisar el resultado esperado de esta actividad de manera que no se restrinja a informar únicamente sobre la gestión de Turi-arva.</p>
2.3	Intercambios	<b>Asociación Turi-arva:</b>	<b>Amighetti, A.:</b>

<p>Turi-arva</p>	<p>En el apartado 13) del desarrollo de la actividad incorporar la pizarra informativa.</p>	<p>Se podría elegir el destino y definir los objetivos de cada intercambio entre todas las personas interesadas en asistir, para hacerlo un proceso más participativo.</p> <p>Para que tenga éxito, los objetivos de cada intercambio deben estar muy claros para los facilitadores pues la naturaleza del intercambio puede fácilmente desvirtuarse.</p> <p>Respecto a la coherencia: Sería conveniente aclarar los resultados específicos que se esperan de estos intercambios.</p> <p>Sobre la inclusión, se sugiere definir si estos intercambios son a nivel de organizaciones y líderes o bien algo abierto a estos actores sociales con sus familias.</p> <p>En lo que respecta a comunicación para el cambio y como promover procesos de cambio en el contexto comunal requiere establecer los objetivos de cada intercambio.</p> <p><b>Asociación Turi-arva:</b></p> <p>El criterio de papel del facilitador, depende la organización de la asociación.</p> <p>Incorporar como requerimientos: que se</p>
------------------	---	--

		<p>coordine un facilitador del sitio a visitar para la atención del grupo durante el intercambio.</p> <p>Respecto al desarrollo de la actividad, en el apartado 8) que se confirme por parte de los participantes una semana antes de la gira.</p>
<p>2.4 Diseño de material impreso a grupos meta prioritarios para fortalecer la gestión de la Asociación Turi-arva y el desarrollo de iniciativas locales en Santa Cruz.</p>	<p><b>Segura, J.:</b></p> <p>Sobre el criterio de comprensión “es un producto bien definido”.</p> <p>Promueve procesos de comunicación participativa “al menos al interior de la organización”.</p> <p>Considerando el criterio de recursos para facilitadores indica que: “Junto a los diferentes productos comunicacionales podría ser utilizado para inducción, venta de servicios o presentación de la organización”.</p> <p>Respecto a la inclusión “el público meta está definido con otros criterios a los de edad referidos (pobladores de la zona y turistas)”.</p> <p>Sobre acceso a TIC: Presenta la referencia a las aplicaciones web.</p> <p><b>Asociación Turi-arva:</b></p> <p>La aplicación del criterio de comunicación para el cambio “va a depender del objetivo</p>	<p><b>Asociación Turi-arva:</b></p> <p>Agregar en el apartado de desarrollo: Buscar patrocinio para financiamiento de alguno de los materiales.</p>

	que se plantee”	
2.5 Participación en exhibiciones y otros eventos.		
2.6 Elaborando nuestra base de datos sobre las tecnologías que utilizan los actores locales que son estratégicos para la Asociación Turi-arva.	<p><b>Asociación Turi-arva:</b></p> <p>Revisar la palabra “cotejo” y utilizar un sinónimo más comprensible.</p> <p>En el formulario propuesto especificar con qué frecuencia utilizan cada TIC.</p> <p>Poner un término más comprensible en lugar de TIC cuando se realice la consulta. Los actores locales no se identifican con TIC, por ejemplo recursos tecnológicos.</p> <p>Incorporar además datos de la organización a consultar.</p> <p>De igual forma especificar si tienen computador y Tablet pero con acceso a internet, para que asegure el mecanismo de comunicación.</p>	
2.7 Mensajes por SMS		<p><b>Amighetti, A.:</b></p> <p>Se podría reconsiderar esta actividad para que no se limite a ser meramente informativa, unidireccional, vertical, de emisor a receptor sino que más bien promueva la retroalimentación.</p> <p>Rescatar esta actividad y usar los mensajes para un</p>

		<p>propósito más concreto que el aspecto informativo, tal como se enuncia en el punto 4.c</p> <p>Funcionaría segmentar la población y dirigir esta actividad hacia el grupo generacional que más usa los SMS como medio de comunicación.</p>
2.8 Boletín digital "Turi-arva informa"	<p><b>Asociación Turi-arva:</b></p> <p>En el apartado 3), f) sustituir la palabra efemérides por celebraciones.</p>	
3.1 Sesiones de trabajo para actualizar el sitio web de la Asociación Turi-arva.	<p><b>Segura, J.:</b></p> <p>Es un proceso especializado.</p> <p>Es necesario definir quiénes son facilitadores, en otras estrategias se evidencia agentes externos, pero también se propone un papel protagónico de las personas integrantes de la organización.</p> <p>El uso de TIC sin duda posiciona a la organización en el uso de herramientas propias de la época.</p> <p>Las TIC son centrales en esta actividad.</p>	<p><b>Segura, J.:</b></p> <p>Respecto a la organización: Son jóvenes las personas integrantes de la organización, con diferentes rasgos, voluntarios, estudiantes o trabajadores, han aspirado a desarrollar "guía turístico" como una actividad económica, sin embargo, la actividad no ha generado las respuestas deseadas.</p> <p>La presencia de jóvenes en la organización podría ser empleada para visibilizar el aporte de jóvenes en el desarrollo y aporte de la comunidad (educación ambiental, voluntariado y llevar a cabo un actividad económica), esta visibilización podría estar en la web en cuanto a la</p>

		<p>descripción de la organización.</p> <p>En lo que respecta al aspecto o apoyo visual, considera que donde debe aparecer el aspecto visual desplegado en sus diversas posibilidades es en la página web del al organización.</p> <p>Respecto a los principios de la comunicación orientada a la participación, el diálogo y el acceso indica que “el sitio es el que requiere la aplicación del principio”.</p> <p>De igual forma el sitio es el que requiere la aplicación de la inclusión.</p>
3.2 Sitios web de interés para posicionar a la Asociación de Guías Locales de Turi-arva.		
3.3 Desarrollar consultas periódicas sobre el sitio web y el perfil de Facebook.		

Fuente: Elaboración propia a partir de Guía de Validación con Asociación Turi-arva y validación a expertos: Jorge Segura y Andrea Amighetti. Mayo-Junio, 2014.

Este capítulo permitió el desarrollo de cuatro momentos previos al plan de comunicación, como son: Desarrollo del diagnóstico de comunicación, identificación de actores sociales, proceso de revisión del mapa de ruta a partir de su planificación estratégica y la conceptualización de la comunicación en la organización. Como quinto



momento corresponde propiamente la propuesta de comunicación, que incorpora 13 herramientas, que toma en cuenta recomendaciones desde el proceso de formulación y validación, por parte de los miembros de Turi-arva, los expertos consultados así como de los profesionales que aportaron en el proceso de validación. Permitiendo este proceso el generar los aportes formulados en la fase de objetivos de esta investigación.

## Capítulo 7. Conclusiones y recomendaciones.

### 7.1 Conclusiones.

- a. La Asociación de Guías locales Turi-arva es potencial para el desarrollo de procesos de comunicación para el cambio social y comunicación participativa, considerando los diversos actores locales con los cuales se vincula en su gestión, a partir del modelo horizontal y participativo de la comunicación según Beltrán (1979 y León, L. et al. (s.f.)), que permita a Turi-arva ser un medio para promover la participación en proyectos como gestión de residuos sólidos, actividades orientadas a fomentar y rescatar la cultura de Santa Cruz como cuna del queso Turrialba, además para incentivar el desarrollo de iniciativas vinculadas con actores locales, por ejemplo: El tour del queso, que sería un medio para generar oportunidades de mejoramiento de su calidad de vida, a pequeños propietarios de fincas lecheras y de producción de queso, entre otros
- b. Es vinculante con esta investigación la concepción de desarrollo desde lo local, como un proceso participativo de cambio social y que rescata el papel de los actores locales.
- c. Se reafirma en el proceso de consulta a los expertos en comunicación y proyectos, que la comunicación participativa y para el cambio social es fundamental en el contexto comunal. Sin embargo apunta Mildred Jiménez que “debe generarse confianza en este tipo de organizaciones para compartir y trabajar en equipo; además la importancia del acompañamiento a estas organizaciones por parte de las instancias estatales o gubernamentales que les apoyan”. (Comunicación personal, 6 de mayo de 2014),
- d. A partir del fortalecimiento de un proceso de comunicación se pueden articular esfuerzos con diversos actores locales, orientados a educación ambiental,

voluntariado, desarrollo de tours, prácticas sostenibles y amigables con el ambiente, promoción de la zona como cuna del queso Turrialba.

- e. Resultado del análisis de experiencias de comunicación y proyectos con expertos (Salazar, Carazo, Salazar, León y Jiménez, 2014) se evidencian aspectos estratégicos a considerar en procesos de comunicación para organizaciones locales, entre ellos: Planificación estratégica, conocimiento de la comunidad, analizar el contexto, la visión de facilitar procesos, el fortalecimiento de organizaciones locales y de sus capacidades, los canales de comunicación que utilizan, el rescatar la voz de los diferentes actores y actrices sociales que participan en el proceso, el empoderamiento, la importancia de generar empatía, la visión de horizontalidad en el proceso comunicativo y el acompañamiento que como facilitadores de procesos desarrollemos con organizaciones bases.
  
- f. En el apartado de diagnóstico de necesidades de comunicación y como parte de la percepción de algunos representantes comunales de Santa Cruz, se evidencia que en su entorno inmediato Turi-arva como organización tiene un débil reconocimiento, tal es el caso de que representantes del comercio de Santa Cruz y ASADA desconocen su existencia, en contraste con organizaciones como la escuela, la ADI y el CBCVCT que por coordinar o apoyar acciones entre ambas instancias, si reconocen su gestión, aunque recomiendan que debe mejorarse la comunicación con actores locales..
  
- g. Han enfocado recursos y esfuerzos a la plataforma tecnológica como el sitio web, código QR y Facebook, pero no existe evidencia si con el desarrollo de estas tecnologías han incrementado o potencializado la gestión de la organización. Específicamente en el incremento en la contratación de tours, en la visita de organizaciones o turistas a la zona, que incentiven alternativas de ingreso tanto para Turi-arva como para el comercio y los propietarios de finca.

- h. Vinculado con el proceso de diagnóstico, la comunicación a lo interno de la asociación debe fortalecerse.
- i. La organización aún no está consolidada, lo cual repercute en que disminuyan el número de integrantes, por cuanto la actividad que puede representar la sostenibilidad financiera de la asociación, no se desarrolla en forma permanente (servicio de guiado), sin embargo al no fortalecerse la gestión a nivel comunal, tampoco se promueve el desarrollo de alianzas con otras organizaciones, como es el caso de los dos supermercados presentes en Santa Cruz o de la ASADA de la comunidad.
- j. Como parte del diagnóstico, se evidencia que han generado experiencia en la ejecución de proyectos, pero son percibidos por la comunidad con acciones concretas referidas a la gestión de residuos sólidos y como los jóvenes que organizan charlas, pero no visualiza la comunidad de Santa Cruz la oportunidad de promover beneficios mutuos con esta asociación, por ejemplo: Desarrollo de tours a fincas de la zona.
- k. En el contexto de diagnóstico, las personas consultadas en Santa Cruz y Turrialba, visualizan a la organización en forma positiva pero apuntan a que se requiere mayor interacción de Turrialba con las organizaciones.
- l. Como parte del proceso de formulación de la propuesta se reafirma la necesidad de fortalecer herramientas de comunicación que contribuyan a generar diálogos entre los actores sociales en busca de objetivos comunes, es decir complementar los medios presenciales, cara a cara, que fortalezcan el diálogo con los diversos actores presentes en la zona y las nuevas tecnologías de información y comunicación.
- m. Algunas de las estrategias propuestas invitan a la acción, al cambio, a integrarse en procesos, por ejemplo actividades como: Diálogos e intercambios Turrialba,

la participación en ferias y la pizarra informativa, son espacios para invitar a nuevos actores a integrarse pero además a fortalecer vínculos entre organizaciones, por ejemplo en el desarrollo de la feria del queso, en los esfuerzos para dar a conocer a Santa Cruz de Turrialba como la cuna del queso Turrialba y su esfuerzo de denominación de origen de este producto a nivel nacional.

## **7.2 Recomendaciones.**

Como parte del proceso de aprendizaje de investigación se generan las siguientes recomendaciones:

- a. La Asociación Turi-arvadebe visualizar la oportunidad de la comunicación para el cambio social, fundamentado en un modelo participativo y horizontal, que promueva la articulación con grupos y organizaciones locales. Para ello se propone que la organización implemente el proceso de capacitación con enfoque de aprender haciendo, considerado en el objetivo 1) del Plan de Comunicación.
- b. Resultado del aporte de expertos a partir del análisis de experiencias, la organización para poder fortalecer su proceso de coordinación con actores locales, deben propiciar la utilización de canales de comunicación adecuados al contexto, que permita empoderar y rescatar la voz de los grupos locales. Si bien las TIC son importantes, no puede limitarse la utilización de estas herramientas para la comunicación con actores locales.
- c. Es necesario dar seguimiento a la formación técnica administrativa de los integrantes de Turi-arva, que permita fortalecer los objetivos, su gestión administrativa y por tanto la proyección de la asociación a nivel local, regional y nacional.

- d. Como organización debe procurar su auto sostenibilidad, situación que no se presenta en el caso de Turi-arva, por lo que se hace necesaria la revisión de su visión, misión y objetivos, de su planificación estratégica, tomando como punto de partida el desarrollo del turismo local, pero complementando las alianzas con organizaciones de productores, sector comercio y turismo, entre otros.
- e. Como organización Turi-arva deben generar alternativas para mejorar el acceso a Internet, fundamentado en las consultas permanentes que puedan recibirse al sitio web o al perfil de Facebook, y para poder implementar las estrategias comunicativas que incorporan las TIC.
- f. Se reafirma en las entrevistas a expertos el uso del teléfono celular como un mecanismo de comunicación importante en la zona, “es una tecnología que es aceptada socialmente tanto por jóvenes como por personas mayores” (M. Jiménez, comunicación personal, 6 de mayo de 2014) por ello la necesidad de mapear o recopilar las TIC que utilizan los diferentes actores locales, que permita desde “enviar una invitación, un recordatorio o una fotografía” (M. Jiménez, Comunicación personal, 6 de mayo de 2014).
- g. La asociación debe dar apertura a que otras organizaciones de la comunidad se beneficien en procesos de capacitación, lo cual además es un mecanismo para generar alianzas y el desarrollo de procesos participativos en la comunidad de Santa Cruz, e incidir en la planificación de proyectos de beneficio integral. Si bien se evidencia una alianza no formal con la ADI, la cual está orientada a la utilización de infraestructura, no se desarrollan proyectos conjuntos. Igualmente a organizaciones como ASOPROA, ASADA y comercio, se consideran más como patrocinadores y no como corresponsables de un proyecto

## Referencias

- Alberich, T. (s.f.). *Investigación – acción participativa y mapas sociales*. Recuperado de <http://www.uji.es/bin/serveis/sasc/ext-uni/oferim/forma/jorn/tall.pdf>
- Alfaro, M.R. (2000). Culturas populares y comunicación participativa: En la ruta de las redefiniciones. *Razón y Palabra*, 18. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18ralfaro.html>
- Amador, M. (2012). La comunicación en los procesos de desarrollo: Esbozo de una aproximación a su comprensión. *Revista Herencia*, 25(1y 2), 125-135. Recuperado de <http://latindex.ucr.ac.cr/index.php/herencia/article/view/9943/9355>
- Amador, M. y Salazar, C. (1995). *La comunicación en el desarrollo comunal autogestionario. Diseño, ejecución y evaluación de un Plan de Capacitación en Comunicación con las Organizaciones Comunales de Cieneguita, Santa Cecilia, Bella Vista y Tirrases* (Tesis de Licenciatura). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.
- Andelman, M. (2003). La comunicación ambiental en la planificación participativa de las políticas para la conservación y uso sustentable de la diversidad biológica. *Tópicos en Educación Ambiental* 3(9), 49-57. Recuperado de <http://ww.ane.org.mx/Topicos/T%209/Paginas%2049-57.pdf>
- Barranquero, A. (Enero - Julio 2009). Latinoamérica: la arquitectura participativa de la Comunicación para el cambio. Diálogos de la Comunicación. *Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*. 78, 1-14. Recuperado de [http://www.academia.edu/3366952/La\\_arquitectura\\_participativa\\_de\\_la\\_comunicacion\\_para\\_el\\_cambio\\_social](http://www.academia.edu/3366952/La_arquitectura_participativa_de_la_comunicacion_para_el_cambio_social).

- Beltrán, L. R. (Julio 2005). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo. Documento presentado al III Congreso Panamericano de la Comunicación, Argentina. Recuperado de [http://www.infoamerica.org/teoria\\_textos/lrb\\_com\\_desarrollo.pdf](http://www.infoamerica.org/teoria_textos/lrb_com_desarrollo.pdf)
- Beltrán, L.R. (1979). Adiós a Aristóteles: La comunicación horizontal. *Comunicación y Sociedad*, 6. Recuperado de [http://www.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/d7d4d2\\_luisramirobeltrantema3.pdf](http://www.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/d7d4d2_luisramirobeltrantema3.pdf)
- Beltrán, L.R. (Febrero 1993). Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años. Discurso de inauguración de la IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo, Lima, Perú. Recuperado de [http://www.infoamerica.org/teoria\\_articulos/beltran1.htm](http://www.infoamerica.org/teoria_articulos/beltran1.htm)
- Castañeda, M. (2005). *Comunicación y desarrollo local*. Perú: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.
- Contreras, A. (2000). Comunicación-desarrollo para "otro occidente". *Razón y palabra*, 18. Recuperado de [http://www.bantaba.ehu.es/sociedad/files/view/Comunicacion\\_desarrollo\\_para\\_otro\\_occidente.pdf?revision\\_id=62830&package\\_id=33955](http://www.bantaba.ehu.es/sociedad/files/view/Comunicacion_desarrollo_para_otro_occidente.pdf?revision_id=62830&package_id=33955)
- Chavarría, L. (2010). *Factores fundamentales de la planificación estratégica para el desarrollo y sostenibilidad del periodismo comunal: el caso de San Ramón de Alajuela* (Tesis de Maestría). Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica. Recuperada de <http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/handle/120809/766>
- Chaves, J. P. (2013). *Matriz de priorización FODA*. Curso Planificación de sistemas multimedia y educación continua I. Maestría Administración de Medios de Comunicación, UNED.



Dornelles, B. (2008). Divergencias conceptuales en torno a la comunicación popular y comunitaria en América Latina. *Ecos de la Comunicación*, 1(1). Recuperado de <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/divergencias-conceptuales-en-torno-comunicacion-popular.pdf>

Durán, O. (2011). *Construcción de una propuesta metodológica de comunicación orientada al concepto de Reserva de Biosfera que contribuya a fortalecer iniciativas socioambientales*. Anteproyecto de Investigación, Maestría en Comunicación. Universidad de Costa Rica.

Expotur (s.f.). *Instructivo de participación Expotur 2014*. Recuperado de <http://www.expotur.com/instructivo-participacion-2014.php>

Fernández, S., Pupo, C. y Madariaga, J. (Julio – setiembre 2012). La comunicación educativa, herramienta de gestión ambiental y vía para disminuir enfermedades de transmisión hídrica. *ACIMED* 23(3). Recuperado de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1024-94352012000300005&script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1024-94352012000300005&script=sci_arttext)

Finquelievich, S. y Kisilevshy, G. (2005). *La sociedad civil en la era digital: Organizaciones comunitarias y redes sociales sustentadas por TIC en Argentina* (Documentos de trabajo N° 41). Argentina: Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires. Recuperado de [http://www.google.co.cr/url?sa=t&rct=j&q=http%3A%2F%2Fpanic.utexas.edu%2Fproject%2Ffiaoap%2Fiigg%2Fdt41.pdf&source=web&cd=1&ved=0CCgQFjAA&url=http%3A%2F%2Fpanic.utexas.edu%2Fproject%2Ffiaoap%2Fiigg%2Fdt41.pdf&ei=YrXsUYvSDpCG9QTFmIDoCw&usg=AFQjCNH7hPLAyM7qhq-po\\_pKK-oKGaD7cw&bvm=bv.49478099,d.eWU](http://www.google.co.cr/url?sa=t&rct=j&q=http%3A%2F%2Fpanic.utexas.edu%2Fproject%2Ffiaoap%2Fiigg%2Fdt41.pdf&source=web&cd=1&ved=0CCgQFjAA&url=http%3A%2F%2Fpanic.utexas.edu%2Fproject%2Ffiaoap%2Fiigg%2Fdt41.pdf&ei=YrXsUYvSDpCG9QTFmIDoCw&usg=AFQjCNH7hPLAyM7qhq-po_pKK-oKGaD7cw&bvm=bv.49478099,d.eWU)

Freire, P. (1973). *Extensión o comunicación. ¿Extensión o Comunicación? La concientización en el medio rural*. Recuperado de

<http://www.inventati.org/coltrabperio/pgs/textos%20comunicaci%3n/FREIRE-%20extension%20o%20comunicacion.pdf>

Fundación Presencia (s.f.) *Elementos para el mapeo de actores sociales y el diseño de estrategias para el desarrollo del plan de acción en Proyecto Ciudadano*. Recuperado de <https://www.google.co.cr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCoQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.fundacionpresencia.com.co%2Fmedia%2FMapeo%2520de%2520actores%2520sociales.pdf&ei=Adf9UbmBG4GE8gTLy4HIBQ&usg=AFQjCNGHFqdTwGRLQDW-qxjv0Ga2kBqQLQ&sig2=dcAEEkCwVPtMZeWHzhCfw&bvm=bv.50165853,d.eWU>

Geilfus, F. (s.f.). 80 *Herramientas para el Desarrollo Participativo*. Proyecto IICA/GTZ. Recuperado de <http://www.cdesco.org/experiencia/planeacion/s-p80herramientas.html>

Girard, B. (Ed) (2004). *Un secreto a voces. Radio, NTICs e interactividad*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

Gordano, C. y Goñi, M. (2007). *TIC para el cambio social: Las mujeres protagonistas*. Recuperado de [http://www.cotidianomujer.org.uy/tic\\_publica.pdf](http://www.cotidianomujer.org.uy/tic_publica.pdf)

Guerra-García, M. y Alva, M. (2003). *Guía metodológica y video de validación de materiales IEC*. UNICEF.

Gumucio, A. (2001). *Haciendo Olas*. Historias de comunicación participativa para el cambio social. Fundación Rockefeller. Recuperado de [http://www.communicationforsocialchange.org/pdf/haciendo\\_olas\\_\[f\]\\_7\\_23.pdf](http://www.communicationforsocialchange.org/pdf/haciendo_olas_[f]_7_23.pdf)

Gumucio, A. (2004). *El cuarto mosquetero: La comunicación para el cambio social*.

*Investigación y Desarrollo*, 12(1), 2-23. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26800101>

Gumucio, A. (Agosto, 2006). *Tiempo de milagros: Tres retos de la comunicación para el cambio social*. Ponencia para el seminario Sin comunicación no hay desarrollo, Lima, Perú. Recuperado de [http://www.google.co.cr/url?sa=t&rct=j&q=comunicacion%20para%20el%20cambio%20social%20alfonso%20gumucio&source=web&cd=5&ved=0CEAQFjAE&url=http%3A%2F%2Fwww.fesmedia-latin-america.org%2Fuploads%2Fmedia%2FTiempo\\_de\\_milagros\\_-\\_Tres\\_retos\\_de\\_la\\_comunicaci%25C3%25B3n\\_para\\_el\\_cambio\\_social.pdf&ei=UT7aUfSVOZGB0AHjzYCgCQ&usg=AFQjCNEBM5loxziY7ZxUlfCzOGS8Tye7JA&bv=bv.48705608,d.dmQ](http://www.google.co.cr/url?sa=t&rct=j&q=comunicacion%20para%20el%20cambio%20social%20alfonso%20gumucio&source=web&cd=5&ved=0CEAQFjAE&url=http%3A%2F%2Fwww.fesmedia-latin-america.org%2Fuploads%2Fmedia%2FTiempo_de_milagros_-_Tres_retos_de_la_comunicaci%25C3%25B3n_para_el_cambio_social.pdf&ei=UT7aUfSVOZGB0AHjzYCgCQ&usg=AFQjCNEBM5loxziY7ZxUlfCzOGS8Tye7JA&bv=bv.48705608,d.dmQ)

Gumucio, A. (s.f.). *El nuevo comunicador*. Recuperado de <http://www.infoamerica.org/articulos/textospropios/gumucio6.htm>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (1991). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

Instituto Costarricense de Turismo. (s.f.). *Reglamento de los guías de turismo*. Recuperado de [http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/leyes/newpdf/reglamento\\_de\\_los\\_guias\\_de\\_turismo.pdf](http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/leyes/newpdf/reglamento_de_los_guias_de_turismo.pdf)

IFC. (2007). *Relaciones con la comunidad y otros actores sociales: Manual de prácticas recomendadas para las empresas que hacen negocios en mercados emergentes*. Recuperado de [http://www1.ifc.org/wps/wcm/connect/b7fe528048855c5a8ba4db6a6515bb18/IFC\\_StakeholderEngagement\\_Spanish.pdf?MOD=AJPERES](http://www1.ifc.org/wps/wcm/connect/b7fe528048855c5a8ba4db6a6515bb18/IFC_StakeholderEngagement_Spanish.pdf?MOD=AJPERES)

Ilboudo, J. y Del Castillo, R. (2004). Construir puentes para cerrar la brecha digital rural. En Bruce Girard (Ed.). *Un secreto a voces. Radio, NTICs e interactividad.* (pp. 42-60).

INEC.(2011). Costa Rica: Indicadores educativos y uso de tecnologías de la comunicación e información según cantón y distrito. Censo 2011. Recuperado de <http://www.inec.go.cr/Web/Home/GeneradorPagina.aspx>

Kerigma Comunicación.(s.f.). *¿Quiénes confían en nosotros?* Recuperado de <http://www.kerigma.biz/>

Kaplún, M. (1983). *Hacia nuevas estrategias de comunicación en la Educación de Adultos.* Santiago de Chile: OREALC.

Koulopoulo, T. (2014). *Navegar en la nube: Una nueva forma de pensar sobre el riesgo, la innovación.* Disponible en [www.googlebooks.com](http://www.googlebooks.com)

León, L; Salas, S.; Salazar, S. y Cruz, J.C. (s.f.). *Manual para el diseño participativo de estrategias de comunicación.* Costa Rica: Centro de Comunicación Voces Nuestras.

Ley de Asociaciones N° 218. (1939). Asamblea Legislativa. Recuperado de [faolex.fao.org/docs/texts/cos99859.doc](http://faolex.fao.org/docs/texts/cos99859.doc).

Martín-Barbero, J. (Enero - junio 2005). Los Oficios del Comunicador. *Revista Coherencia*, 2(2). 115-143. Recuperado de <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/co-herencia/article/view/621/550>

Matamoros, M. y Mora, L. (2011). *Detección de necesidades de Comunicación para la formulación de una empresa especializada en asesorías de Comunicación dirigida al sector de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Gran Área Metropolitana de*

Costa Rica (Tesis de Maestría). Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica. Recuperada de <http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/120809/764/1/deteccion%20de%20necesidades%20de%20comunicacion.pdf>

Mefalopulos, P. y Kamlongera, C. (2008). *Manual Diseño Participativo para una Estrategia de Comunicación*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Recuperado de <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/y5794s/y5794s.pdf>

Montañes, M. (2009). *Metodología y técnica participativa*. Barcelona: Editorial UOC. Disponible en [www.googlebooks.com](http://www.googlebooks.com)

Mora, A. I. (2005). Guía para elaborar una propuesta de investigación. *Revista Educación*, 29 (2), 77-97. Recuperado de <http://www.vinv.ucr.ac.cr/latindex/edu-29-2/edu-29-2-05.pdf>

Navarro, L. (1999). *Procesos y estrategias de la comunicación en la educación para el desarrollo* (Tesis Doctoral, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid). Recuperada de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19972000/S/3/S3035001.pdf>

Obregón, R. (2009). Comunicación, desarrollo y cambio social. Recuperado de [http://www.portalcomunicacion.com/esp/all.asp?id\\_llico=49](http://www.portalcomunicacion.com/esp/all.asp?id_llico=49).

Organización de las Naciones Unidas. (s.f.). *Impulsando los objetivos del milenio*. Recuperado de <http://www.un.org/es/millenniumgoals/mdgmomentum.shtml>

Peruzzo, C. (Setiembre 2008). *Aproximaciones entre la comunicación popular y la comunitaria y la prensa alternativa en Brasil en la era del ciberespacio*. Presentado en el marco del XXXI Congreso Brasileño de Ciencias de la

Comunicación, Rio Grande do Norte, Brasil. Recuperado de [http://www.alaic.net/portal/revista/r8-9/art\\_04.pdf](http://www.alaic.net/portal/revista/r8-9/art_04.pdf)

Plataforma Comunicación para el Desarrollo. (s.f.) *Experiencias en Comunicación para el Desarrollo y Modos de Vida Sostenibles. Red Virtual de Comunidades Forestales*. Recuperado de <http://comunicacionparaeldesarrollo.org/article/bred-virtual-de-comunidades-forestales-red-foresta/>

PNUD. (2011). *Comunicación para el desarrollo. Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas*. Recuperado de [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication\\_form\\_development\\_oslo\\_c4d\\_pda\\_es.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication_form_development_oslo_c4d_pda_es.pdf)

Restrepo, N. (2011). Comunicación para el cambio social y nuevas tecnologías de la información y la comunicación. *Etic@.net,IX* (11). Recuperado de <http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/numero11/Articulos/Formato/articulo7.pdf>

Salazar, S. (2006). *Comunicación para el Desarrollo y modos de vida sostenible. Hacia una plataforma y estrategia de Comunicación para el Desarrollo en Centroamérica y México*. Centro de Comunicación Voces Nuestras.

Sandoval, C. (1996). *Investigación cualitativa*. Recuperado de [http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/humanas/mtria\\_edu/2021085/und\\_2/pdf/casilimas.pdf](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/humanas/mtria_edu/2021085/und_2/pdf/casilimas.pdf)

Servaes, J. (2000). Comunicación para el Desarrollo: Tres paradigmas, dos modelos. *Revista Temas y problemas de Comunicación*, 10(8), 7-27. Recuperado de [http://www.unescoafricom.es/wp-content/uploads/2012/11/Servaestemasyproblemas\\_2000.pdf](http://www.unescoafricom.es/wp-content/uploads/2012/11/Servaestemasyproblemas_2000.pdf)

- Servaes, J. (2010). *Comunicación para el Desarrollo Humano y el Cambio Social*. USAID Misión Guatemala / Reforma educativa en el aula. Recuperado de [http://www.academia.edu/2079393/Comunicacion\\_para\\_el\\_desarrollo](http://www.academia.edu/2079393/Comunicacion_para_el_desarrollo)
- Sierra, F. (1997). *Pedagogía de la comunicación de desarrollo local: una propuesta metodológica cualitativa* (Tesis de doctorado, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid). Recuperada de <http://www.ucm.es/BUCM/tesis/19972000/S/3/S3041301.pdf>
- SPRI. (s.f.) *Guía de Autodiagnóstico para Pymes en la utilización de las TIC*. Recuperado de [http://www.usc.es/atpemes/IMG/pdf/autodiagnostico\\_PV\\_SpRI.pdf](http://www.usc.es/atpemes/IMG/pdf/autodiagnostico_PV_SpRI.pdf)
- Turi-arva. (s.f.). *Nosotros*. Recuperado de [www.turiarva.com](http://www.turiarva.com).
- Ureña, L. (2013). *Periodismo comunitario en Costa Rica: La información en manos de la ciudadanía* (Tesis de Maestría). Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica. Recuperada de <http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/120809/769/1/Periodismo%20comunitario%20en%20CR..pdf>
- Vallés, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Van Dijk, S. y Durón, S. (1986). *Participando una experiencia de educación popular*. México D.F.: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Weidlich, C. (2012). *Fortalecimiento de las capacidades operativas de la Asociación TURI-ARVA y de la Comisión interinstitucional GIRS para fomentar el turismo rural y el desarrollo sostenible en Santa Cruz de Turrialba. Perfil de proyecto*. (Manuscrito).

## ANEXOS



## Anexo N° 1

### Mapeo de expertos a consultar sobre experiencias de comunicación participativa y de cambio social que desarrollan algunas organizaciones involucradas en temas de participación socioambiental.

**Enero 2014.**

<b>Organización</b>	<b>Persona contacto</b>	<b>Sector</b>	<b>Área de acción</b>	<b>Observaciones</b>
1. Kerigma Comunicación	Yesenia Salazar	Comunicación	Nacional	Se aplicó entrevista 30 de enero del 2014
2. Programa Pequeñas Donaciones, PNUD	Eduardo Mata	Financiamiento a proyectos locales	Nacional	Se remitió correo. No se recibió respuesta.
3. FUNDECOR	Felipe Carazo, Director Ejecutivo	Gestión y experiencia en desarrollo de proyectos con organizaciones locales	Regional	Se aplicó entrevista. 20 de febrero del 2014
4. Centro de Comunicación Voces Nuestras	Sandra Salazar y Sandra León	Comunicación participativa	Nacional	Se aplicó entrevista 26 de febrero
5. CATIE	Mildred Jiménez	Educación, investigación y desarrollo de proyectos con organizaciones	Regional	Se aplicó entrevista el 6 de mayo
6. Asociación Costarricense de Turismo Rural Comunitario (ACTUAR)	Se estableció contacto a info@actuarcostarica.com el 14 de enero del 2014.	Organización de turismo rural	Nacional	Se realizó solicitud. No se recibió respuesta
7. CANTURURAL	Marielos Bonilla	Organización de turismo rural	Nacional	Anuente. No se logró concretar entrevista en

				abril y mayo, por disponibilidad de la representante.
8. Corredor Biológico COBRI SURAC	Ligia Quirós	Organización local interinstitucional	Regional	Anuencia. No se logró concretar cita.
9. UICN / Oficina para Mesoamérica.	Grethel Aguilar, Directora Regional Patricia Ugalde, Comunicación UICN. Julián Orozco, Consultor en Comunicación.	ONG ambiental que apoya iniciativas, incorpora la comunicación y cuenta con una comisión de educación y comunicación (CEC).	Internacional	Se estableció contacto con directora regional para Mesoamérica, quien refirió solicitud a profesional en comunicación (Patricia Ugalde), quien a su vez indicó que recién se incorporaba y proponía entrevistar a consultor: Sr. Julián Orozco. No se obtuvo respuesta del consultor.
10. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo / Proyecto Removiendo Barreras GEF PNUD SINAC.	Kathia González	Actualmente consultora del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo en temas ambientales. Anteriormente consultora de FAO y complementa su gestión como docente universitaria.		Anuencia, se gestionaron dos fechas para la entrevista: 19 y 23 de mayo, pero por compromisos de la representante no fue posible.
11. Hábitat para la Humanidad	Nora Galeano	Comunicadora Ex	Internacional	Surge como recomendación

		colaboradora de TNC con experiencia en comunicación.  Organización que desarrolla proyectos de comunicación local		en la entrevista realizada a Yesenia Salazar, KERIGMA. Se realizó contacto a la organización. Se obtuvo correo de respuesta de Marcelo Ortelli Coordinador Desarrollo Institucional Hábitat para la Humanidad en Argentina, no así de la Sra. Galeano quien reside en Costa Rica.
12. Red Quercus	Ana Cristina Quirós	Red ambiental que agrupa 4 organizaciones locales que desarrollan proyectos	Local	Se estableció contacto. No se generó respuesta.  Esta organización fue citada en tres entrevistas, por lo que se solicitó contacto.
13. MARVIVA	Shirley Maldespín	ONG en el tema marino Se propone entrevista a Comunicadora	Internacional	Se remitió solicitud, no se obtuvo respuesta.

## Anexo N° 2

### **Guía de entrevista a profundidad a expertos en comunicación u organizaciones que desarrollan, apoyan o financian proyectos a nivel local**

#### **Objetivo:**

Analizar experiencias de comunicación participativa y cambio social que desarrollen organizaciones y que puedan ser aporte en la formulación de la propuesta de comunicación a nivel local

#### **Preguntas generadoras:**

1. ¿Qué importancia tiene la comunicación para su organización?
2. ¿Ha tenido vínculos con actores sociales y organizaciones locales en la gestión de su organización o desde su experiencia en el campo de la comunicación?
3. ¿Con que tipo de actores sociales?
4. ¿Conoce el término de Comunicación para el Cambio Social?
5. ¿Conoce el término de comunicación participativa?
6. ¿Qué proyectos ha desarrollado la organización en la que usted colabora, en este sentido? (comunicación para el cambio social y comunicación participativa)

*Si la respuesta es afirmativa se continúa la entrevista*

7. ¿Se han incentivado o promovido los principios de la comunicación para el cambio social referidos a: Participación, diálogo y acceso, en las experiencias o proyectos en los que ha colaborado?
8. ¿Qué tipos de objetivos han promovido con estas organizaciones sociales?

9. Podría referirse a ¿Cuáles son las principales limitaciones que se han encontrado con estas organizaciones?
10. Utilizan estas organizaciones Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) ¿Cuáles TIC utilizan en este tipo de esfuerzos?
11. ¿Qué herramientas de comunicación han utilizado y cuál ha sido su experiencia?
12. En su opinión ¿Cuáles TIC son más utilizadas y cuáles más convenientes para este propósito?
13. ¿Qué considera que falta por desarrollar o incentivar en el tema de comunicación para el cambio social?
14. ¿Qué elementos considera usted que pueden incorporarse en una experiencia de comunicación para el cambio social en el contexto de organizaciones sociales locales?

### **Anexo N° 3**

#### **Guía de grupo focal**

Objetivo: Identificar con los miembros de la Asociación de Guías Turi-arva, las prácticas de comunicación.

Se procedió a tomar como preguntas generadoras la herramienta diseñada en el Manual para el diseño participativo de estrategias de comunicación, elaborado por el Centro de Comunicación Voces Nuestras, el cual se detalla:

#### **“Identificando nuestras prácticas de comunicación”.**

1. ¿Cómo se visualiza la comunicación en nuestra organización?
2. ¿Cómo son las dinámicas de comunicación a lo interno de nuestra organización?  
¿Son horizontales y abiertas o verticales y cerradas?
3. ¿Cuáles acciones de comunicación estamos ejecutando en nuestra organización?
4. ¿Cómo nos damos cuenta de que nuestras acciones de comunicación están dando resultado?
5. ¿Cómo sabemos lo que la comunidad piensa o necesita de nuestra organización?
6. ¿De qué manera tomamos en cuenta las necesidades de grupos específicos?

Fuente: León, L, et al (sf, p. 30).

## Anexo N° 4

### Guía de entrevista sobre percepción de actores locales respecto de la Asociación Turi-arva

1. ¿Ha escuchado hablar de la Asociación Turi-arva en Santa Cruz de Turrialba?

*Si contesta "SI" se continúa la entrevista, caso contrario se agradece y concluye la entrevista.*

2. ¿Sabe a qué se dedica esta organización?

3. ¿Conoce a sus integrantes?

*Si contesta positivamente, ¿podría indicar sus nombres?*

4. ¿Mediante qué medio o mecanismo de comunicación se ha dado usted cuenta de la gestión de Turi-arva?

5. ¿Ha desarrollado alguna actividad o proyecto con la Asociación Turi-arva?

6. ¿Cuál es su opinión del trabajo de Turi-arva?

7. ¿Cuáles sugerencias realizaría usted a Turi-arva para mejorar la comunicación con la comunidad?

8. ¿Cómo calificaría la relación del grupo Turi-arva con la comunidad?



Durán, O. (2014). Comunicación para el Cambio Social con apoyo de TIC: Caso de la Asociación de Guías Locales Turi-arva, comunidad de Santa Cruz de Turrialba. (Tesis de Maestría).

## Anexo N° 5

### Encuesta sobre el sitio web de una organización en la zona de Turrialba

*Estimado (a) señor (a)*

Con el fin de realizar el Proyecto de Investigación para la Maestría en Administración de Medios de Comunicación de la Universidad Estatal a Distancia (UNED), trabajo que está orientado a elaborar una "Propuesta de Comunicación para una organización local", se le solicita su colaboración para completar el siguiente cuestionario.

El objetivo de esta consulta es conocer su opinión respecto a la facilidad de acceso y búsqueda de información en la página web de la organización comunal.

Si usted está de acuerdo en participar, para completar dicha consulta, deberá ingresar al sitio web [www.turiarva.com](http://www.turiarva.com)

La duración aproximada para revisar y completar esta consulta es de 25 minutos.

La información por usted facilitada será con fines académicos y será utilizada como insumos para considerar en la propuesta de comunicación de dicha organización. Gracias por su valiosa colaboración.

Olga Durán Monge  
Estudiante  
Correo: [oduranm@gmail.com](mailto:oduranm@gmail.com)

#### 1. Indique sus datos personales

Nombre:

Organización a   
la que  
representa:

Puesto que   
desempeña:



Para el desarrollo de las preguntas que se presentan a continuación deberá ingresar a la siguiente dirección: [www.turiarva.com](http://www.turiarva.com)

**2. ¿A qué tipo de organización corresponde la página web?**

**3. ¿Podría revisar en el sitio web, la visión, misión y objetivos de la organización a quién corresponde?**

- Si  
 No

Su comentario (optativo)

**4. ¿Qué elemento gráfico le permite comprender a qué se dedica la organización?**

**5. ¿Al ingresar en la página web, la información disponible en la pantalla principal le motiva a buscar más información de la empresa u organización a la que pertenece el sitio?**

- Si  
 No

Su comentario (optativo)

**6. Se le solicita revisar la sección de "Tours": ¿Puede por favor identificar los sitios específicos que considera cada tour, la duración del recorrido, los horarios del tour y los precios?**

- Descripción específica de los sitios que considera cada tour  
 Duración de cada tour  
 Horarios de cada tour

Precio de cada tour

Comentario (optativo)

**7. ¿Qué sugerencias realizaría usted a la sección de Tours de la página web de dicha organización?**

**8. Podría indicarnos su opinión sobre el contenido de la sección de "Artículos" del sitio web de Turi-arva, según la siguiente escala:**

Excelente      Muybueno      Bueno      Regular      Malo

Comentario (optativo)

**9. Ingrese al menú de "Eventos", se le solicita valorar la calidad de información que allí se incluye, según la siguiente escala:**

Excelente      Muybuena      Buena      Regular      Mala

Comentario (optativo)

**10. ¿Qué recomendaciones o sugerencias realizaría usted para mejorar el sitio web de la Asociación Turi-arva como un mecanismo que apoya los procesos de comunicación con organizaciones locales?**



Durán, O. (2014). Comunicación para el Cambio Social con apoyo de TIC: Caso de la Asociación de Guías Locales Turi-arva, comunidad de Santa Cruz de Turrialba. (Tesis de Maestría).

## Anexo N° 6

### Lista de cotejo para validación

Nombre de la persona que valida: \_\_\_\_\_

#### Indicaciones:

- Por favor marque con "X" si aplica los criterios para cada una de las estrategias propuestas.
- Utilice el espacio que sea necesario para observaciones y comentarios adicionales.
- A fin de facilitar su revisión, se integra en un único cuadro las estrategias. Sin embargo para su consideración, se adjunta el cuadro N° 2 (*optativo*) cuyo formato es aplicable para cada estrategia.

Criterios propuestos	Estrategias												Observaciones	Sugerencias o recomendaciones	
	1.1	1.2	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	3.1	3.2			3.3
1. <i>Coordinación:</i> La estrategia propuesta contribuye a fortalecer mecanismos de comunicación a lo interno y/o externo de la organización local.															

<p><b>2. Comprensión:</b> La estrategia o actividad formulada es comprensible y el lenguaje es adecuado.</p>															
<p><b>3. Aspecto visual:</b> Desde la perspectiva gráfica, ¿considera que se hace necesario incorporar imágenes que permitan complementar la explicación de cada actividad?</p>															
<p><b>4. Participación:</b> Cada herramienta formulada permite promover procesos de comunicación participativa, a nivel local.</p>															
<p><b>5. Recurso para facilitadores:</b> Representa un mecanismo de apoyo, que permite guiar y orientar al equipo de trabajo de la organización local para su respectiva aplicación.</p>															
<p><b>6. Coherencia:</b> El desarrollo de los pasos y estructura de cada herramienta es coherente y claro.</p>															
<p><b>7. Incorpora los principios de la participación:</b> La herramienta promueve los</p>															

principios de la comunicación orientada a la participación, el diálogo, y el acceso.																
8. <i>Inclusión:</i> La herramienta o actividad propuesta permite que participen niños, jóvenes, adultos y adultos mayores.																
9. <i>Papel del facilitador:</i> La herramienta propuesta permite el rol de facilitador de proceso de comunicación																
10. <i>Comunicación para el cambio:</i> La herramienta propuesta incentiva la organización, acción y participación en la promoción de procesos de cambio en el contexto comunal.																
11. <i>Acceso a TIC:</i> Considera que algunas herramientas propuestas incentivan el uso de tecnologías para procesos de comunicación para el cambio social, desde lo local.																

## Anexo N° 7

### Correlación F/O, D/O, F/A y D/A para definición de estrategias prioritarias para comunicación de la Asociación Turi-arva.

Fortalezas / Oportunidades	Debilidades / Oportunidades
<p><b>F1 con O1:</b> El contar con logo y uniformes de la organización que contribuyen a su posicionamiento podría complementarse o fortalecerse con el acceso a formas de promoción como páginas web de otras instituciones como mecanismo de posicionamiento.</p>	<p><b>D1 con O1:</b> La poca comunicación entre miembros de la Asociación Turi-arva y que no todos los integrantes de la asociación manejen la misma información podría ser resuelta con el acceso a formas de promoción como páginas web de otras instituciones.</p>
<p><b>F1 con O2:</b> El contar con logo y uniformes de la organización que contribuye a su posicionamiento podría aprovecharse con el apoyo de instituciones públicas, empresas privadas y organizaciones comunales, así como organizaciones de cooperación para el desarrollo de proyectos de la asociación.</p>	<p><b>D1 con O2:</b> La poca comunicación entre miembros de la Asociación Turi-arva y que no todos los integrantes de la asociación manejen la misma información podría ser resuelta con el apoyo de instituciones públicas, empresas privadas y organizaciones comunales, así como organizaciones de cooperación para el desarrollo de proyectos de la asociación</p>
<p><b>F1 con O3:</b> El contar con logo y uniformes de la organización que contribuyen a su posicionamiento podría fortalecerse mediante la co-organización de eventos con otros actores, como lo es evento de turismo deportivo Ecoclásica, la feria del queso, entre otros. Al respecto ya se desarrollan articulaciones por parte de Turi-arva con otras organizaciones, es decir esta oportunidad si se está desarrollando y aprovechando.</p>	<p><b>D1 con O3:</b> Poca comunicación entre miembros de la Asociación Turi-arva y que no todos los integrantes de la asociación manejen la misma información podría ser resuelta con la co-organización de eventos con otros actores, como lo turismo deportivo Ecoclásica, la feria del queso, entre otros.</p>
<p><b>F2 con O1:</b> El acceso a herramientas tecnológicas como Facebook, página web, correos electrónicos, código QR que permite dar a conocer el quehacer de la asociación podría complementarse o fortalecerse con el acceso a formas de</p>	<p><b>D2 con O1</b> La falta de recursos para proyectos de la asociación (por escaso mercadeo y patrocinio) podría ser resuelta con el acceso a formas de promoción como páginas web de otras instituciones.</p>

<p>promoción como páginas web de otras instituciones.</p>	
<p><b>F2 con O2:</b> El acceso a herramientas tecnológicas como Facebook, página web, correos electrónicos, código QR que permite dar a conocer el quehacer de la asociación podría aprovecharse con el apoyo de instituciones públicas, empresas privadas y organizaciones comunales, así como organizaciones de cooperación para el desarrollo de proyectos de la asociación</p>	<p><b>D2 con O2:</b> La falta de recursos para proyectos de la asociación (por escaso mercadeo y patrocinio) podría ser resuelto con el apoyo de instituciones públicas, empresas privadas y organizaciones comunales, así como organizaciones de cooperación para el desarrollo de proyectos de la asociación</p>
<p><b>F2 con O3:</b> El acceso a herramientas tecnológicas como Facebook, página web, correos electrónicos, código QR que permite dar a conocer el quehacer de la asociación podría aprovecharse en la co-organización de eventos con otros actores, como lo es evento de turismo deportivo Ecoclásica, la feria del queso, entre otros.</p>	<p><b>D2 con O3:</b> La falta de recursos para proyectos de la asociación (por escaso mercadeo y patrocinio) podría ser resuelta con alianzas para la co-organización de eventos con otros actores, como lo es evento de turismo deportivo Ecoclásica, la feria del queso, entre otros.</p>
<p><b>F3 con O1:</b> El tener comunicación con funcionarios de escuelas y la realización de charlas a centros educativos podría fortalecerse con el acceso a formas de promoción como páginas web de otras instituciones como mecanismo de posicionamiento.</p>	<p><b>D3 con O1:</b> El que no todos los miembros de la asociación sepan utilizar los medios digitales (web, correo, Facebook) y programas de software para desarrollo de procesos técnicos administrativos podría ser resuelta con el acceso a formas de promoción como páginas web de otras instituciones.</p>
<p><b>F3 con O2:</b> El tener comunicación con funcionarios de escuelas y la realización de charlas a centros educativos podría fortalecerse con el apoyo de instituciones públicas, empresas privadas y organizaciones comunales, así como organizaciones de cooperación para el desarrollo de proyectos de la asociación</p>	<p><b>D3 con O2:</b> El que no todos los miembros de la asociación sepan utilizar los medios digitales (web, correo, Facebook) y programas de software para desarrollo de procesos técnicos administrativos podría ser resuelta con el apoyo de instituciones públicas, empresas privadas y organizaciones comunales, así como organizaciones de cooperación para el desarrollo de proyectos de la asociación</p>

<p><b>F3 con O3:</b> El tener comunicación con funcionarios de escuelas y la realización de charlas a centros educativos podría coordinarse o vincularse con la co-organización de eventos con otros actores, como lo es evento de turismo deportivo Ecoclásica, la feria del queso, entre otros.</p>	<p><b>D3 con O3:</b> El que no todos los miembros de la asociación sepan utilizar los medios digitales (web, correo, Facebook) y programas de software para desarrollo de procesos técnicos administrativos podría ser resuelta con en la planificación para la co-organización de eventos con otros actores, como lo es la carrera de turismo deportivo Ecoclásica, la feria del queso, entre otros.</p>
<p><b>Fortalezas / Amenazas</b></p>	<p><b>Debilidades / Amenazas</b></p>
<p><b>F1 con A1:</b> El contar con logo y uniformes de la organización que contribuyen a su posicionamiento podría incidir si no existen fuentes de empleo vinculadas con el turismo rural en la zona, pues ya existe el grupo y puede generar nuevas oportunidades de trabajo.</p>	<p><b>D1 con A1:</b> Aunque la comunicación entre miembros de la Asociación Turi-arva deba mejorarse y que no todos los integrantes de la asociación manejen la misma información podría mejorar que no existan fuentes de empleo vinculadas con el turismo rural en la zona, pues ya existen y pueden fortalecer como grupo.</p>
<p><b>F1 con A2:</b> El contar con logo y uniformes de la organización que contribuyen a su posicionamiento podría minimizar el que no se logre comunicar el mensaje esperado por parte de la Asociación Turi-arva hacia la comunidad.</p>	<p><b>D 2 con A1:</b> A pesar de la falta de recursos para proyectos de la asociación (por escaso mercadeo y patrocinio) podría mejorar o minimizar que no existan fuentes de empleo vinculadas con el turismo rural en la zona.</p>
<p><b>F1 con A3:</b>El contar con logo y uniformes de la organización que contribuyen a su posicionamiento podría mejorar el escaso de interés por algunas instituciones y empresas sobre el quehacer de TuriArva</p>	<p><b>D3 con A1:</b> Aunque no todos los miembros de la asociación sepan utilizar los medios digitales (web, correo, Facebook) y programas de software para desarrollo de procesos técnicos administrativos podría minimizar que no existan fuentes de empleo vinculadas con el turismo rural en la zona.</p>
<p><b>F2 con A1:</b> El acceso a herramientas tecnológicas como Facebook, página web, correos electrónicos, código QR que permite dar a conocer el quehacer de la</p>	<p><b>D1 con A2:</b> Aunque la comunicación entre miembros de la Asociación Turi-arva deba mejorarse y que no todos los integrantes de la asociación manejen la</p>



<p>asociación podría mejorar el que no existen fuentes de empleo vinculadas con el turismo rural en la zona, pues ya existe el grupo y puede generar nuevas oportunidades de trabajo.</p>	<p>misma información podría mejorar y minimizar el que no se logre comunicar el mensaje esperado por parte de la Asociación Turi-arva hacia la comunidad.</p>
<p><b>F2 con A2:</b> El acceso a herramientas tecnológicas como Facebook, página web, correos electrónicos, código QR que permite dar a conocer el quehacer de la asociación podría mejorar el que no se logre comunicar el mensaje esperado por parte de la Asociación Turi-arva hacia la comunidad.</p>	<p><b>D2 con A2:</b> A pesar de la falta de recursos para proyectos de la asociación (por escaso mercadeo y patrocinio) podría minimizar el que no se logre comunicar el mensaje esperado por parte de la Asociación Turi-arva hacia la comunidad.</p>
<p><b>F2 con A3:</b> El acceso a herramientas tecnológicas como Facebook, página web, correos electrónicos, código QR que permite dar a conocer el quehacer de la asociación podría mejorar el escaso de interés por algunas instituciones y empresas sobre el quehacer de Turi-arva.</p>	<p><b>D3 con A2:</b> Aunque no todos los miembros de la asociación sepan utilizar los medios digitales (web, correo, Facebook) y programas de software para desarrollo de procesos técnicos administrativos podría mejorar el que no se logre comunicar el mensaje esperado por parte de la Asociación Turi-arva hacia la comunidad.</p>
<p><b>F3 con A1:</b> El que se tenga comunicación con funcionarios de escuelas y la realización de charlas a centros educativos podría mejorar el que no existan fuentes de empleo vinculadas con el turismo rural en la zona, pues ya existen y pueden fortalecer como grupo.</p>	<p><b>D1 con A3:</b> Aunque la comunicación entre miembros de la asociación Turi-arva deba mejorarse y que no todos los integrantes de la asociación manejen la misma información podría mejorar y minimizar el escaso de interés por algunas instituciones y empresas sobre el quehacer de Turi-arva.</p>
<p><b>F3 con A2:</b> El que se tenga comunicación con funcionarios de escuelas y la realización de charlas a centros educativos podría mejorar el que no se logre comunicar el mensaje esperado por parte de la Asociación Turi-arva hacia la comunidad.</p>	<p><b>D2 con A3:</b> A pesar de la falta de recursos para proyectos de la asociación (por escaso mercadeo y patrocinio) podría mejorar el escaso de interés por algunas instituciones y empresas sobre el quehacer de Turi-arva.</p>

<p><b>F3 con A3:</b> El que se tenga comunicación con funcionarios de escuelas y la realización de charlas a centros educativos podría mejorar el escaso de interés por algunas instituciones y empresas sobre el quehacer de Turi-arva.</p>	<p><b>D3 con A3:</b> Aunque no todos los miembros de la asociación sepan utilizar los medios digitales (web, correo, Facebook) y programas de software para desarrollo de procesos técnicos podría mejorar y minimizar el escaso de interés por algunas instituciones y empresas sobre el quehacer de Turi-arva.</p>
--	--

Fuente: Elaboración propia a partir de análisis FODA.

## Anexo N° 8

### Guía de observación participante

Se consideró como parte de la observación, las categorías de la investigación, proceso integrado en las diferentes actividades como talleres con los miembros de Turi-arva, consulta de percepción realizada con actores locales y durante el desarrollo mismo de la entrevista a expertos. Para lo cual se definen los siguientes aspectos:

Categoría observada	Conceptualización
Concepto de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición de comunicación los guías Turi-arva</li> <li>• Ideas aportadas en el grupo</li> <li>• Nivel de participación</li> <li>• Recursos que apoyan la comunicación: impresos</li> <li>• Uso de las TIC</li> <li>• Participación de los miembros</li> <li>• Enfoque de desarrollo aplicado por la Asociación</li> <li>• Manejo de información</li> <li>• Comunicación no verbal</li> </ul>
Experiencias de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de participación</li> <li>• Logros</li> <li>• Lecciones aprendidas</li> <li>• Debilidades o aspectos por mejorar</li> <li>• Uso y accesibilidad de TIC</li> </ul>
Comunicación organizacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relación con actores locales</li> <li>• Uso y accesibilidad de TIC</li> <li>• Mecanismos de comunicación interna</li> <li>• Participación y liderazgo</li> </ul>
Tecnologías de Información y Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de participación de todos los miembros en el uso de las herramientas tecnológicas que posee la asociación.</li> <li>• Tecnologías que más utilizan</li> <li>• Posicionamiento en el uso de TIC</li> <li>• Accesibilidad al uso de TIC</li> <li>• Destinatarios de TIC versus contexto local</li> </ul>