



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN COLECTIVA

**CICOM**  
CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

Prospecciones  
... CICOM

No. 2

ESTUDIO DE  
**MEDIOS  
COMUNITARIOS**

**EN COSTA RICA**





# Contenido

1. Datos generales
2. Periodismo
3. Publicidad
4. Relaciones Públicas
5. Producción Audiovisual

1

Se encuestó a un total de **71 medios comunitarios** en septiembre y octubre 2014

2

Se desarrolló con **medios de las siete provincias**, con una mayor concentración de medios del Gran Área Metropolitana

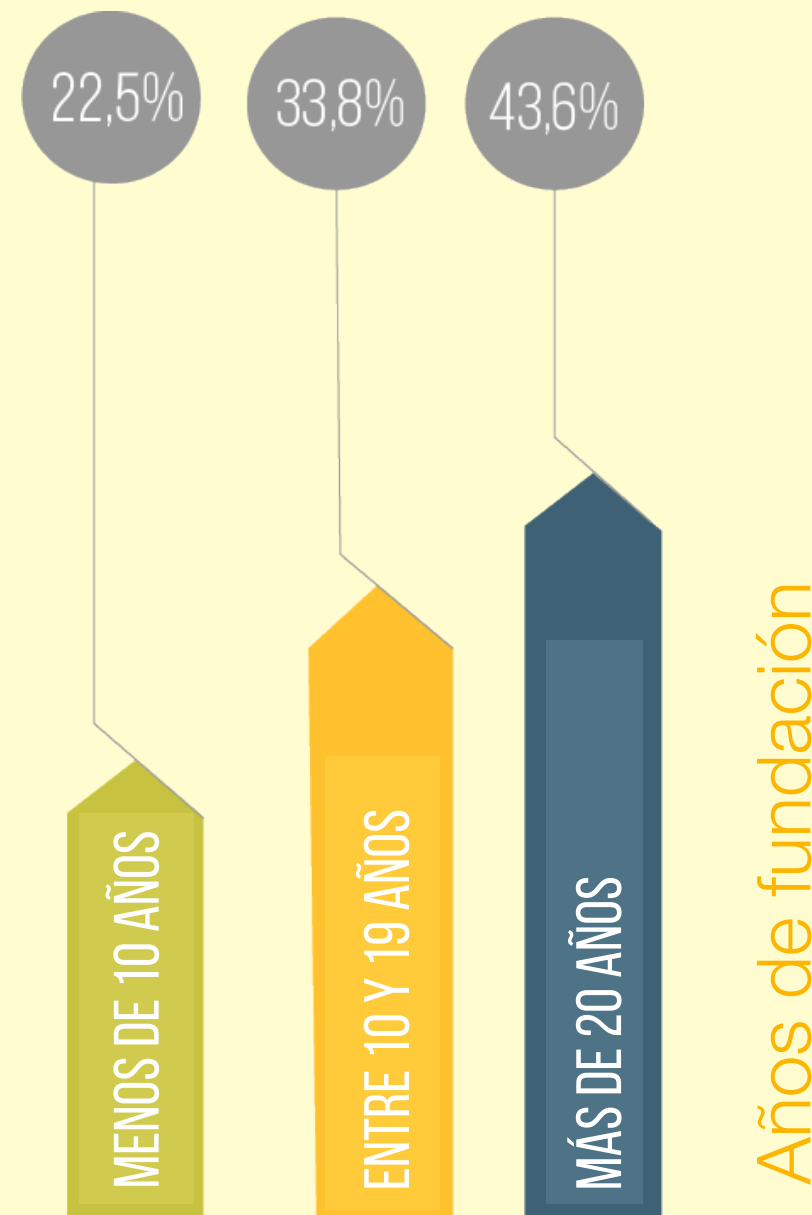
3

Se investigó **el contexto, estado general y esquema de trabajo** de los medios

# DATOS GENERALES

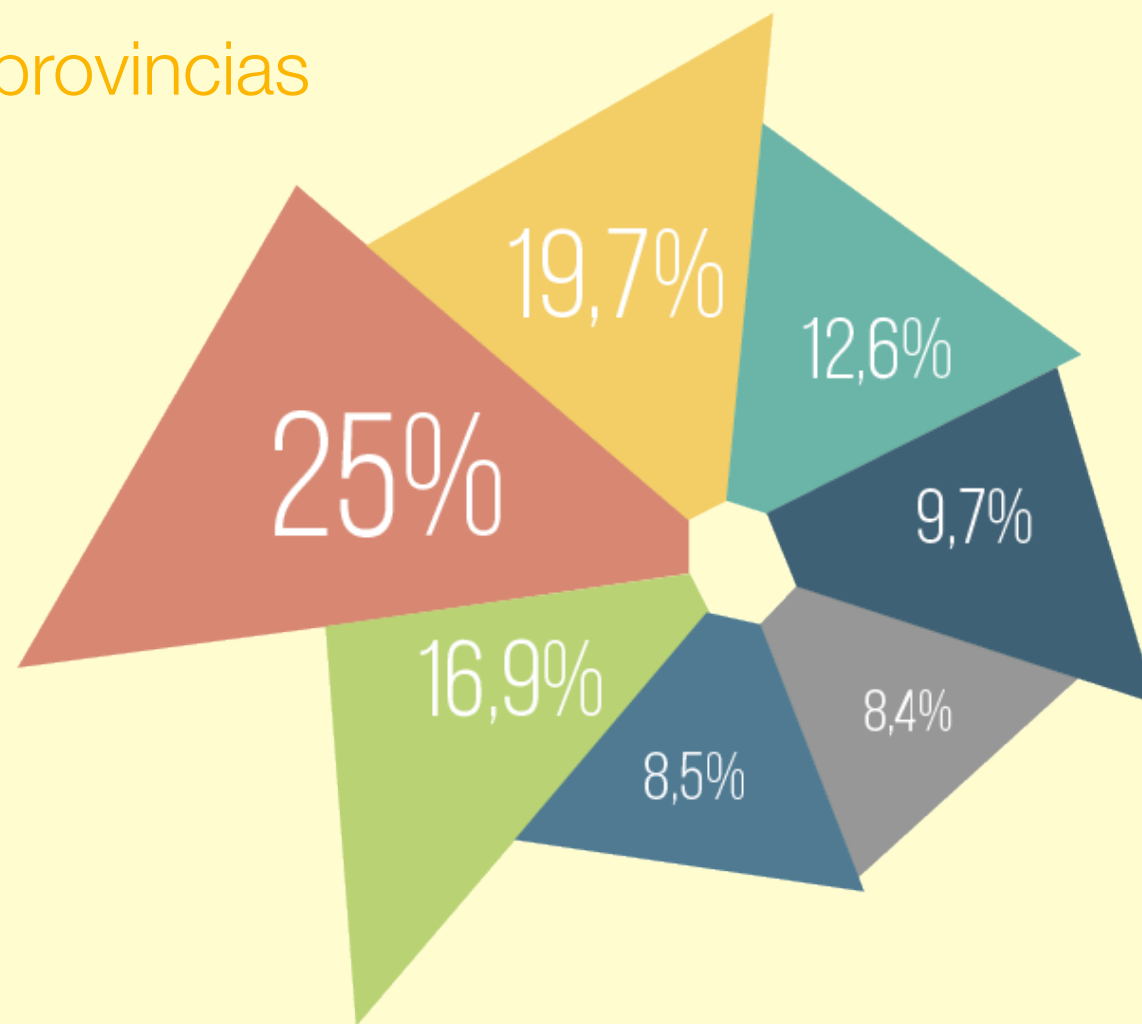
En su mayoría son medios con una larga y sostenida trayectoria, puesto que más del **70%** (55 medios) **tiene más de 10 años de fundación:** 43.6% (31 medios) fueron fundados hace más de 20 años y el 33.8% (24 medios) superan los 10 años de fundación.

Solamente el **22.5%** de los medios (16) tenía **menos de 10 años** de fundación. De la totalidad de los medios que participaron en el estudio, cuatro no habían mantenido un funcionamiento regular desde el momento en que iniciaron su labor.



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

## Participación de las provincias



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

# DATOS GENERALES

Se dividió la muestra según el tipo de medio:



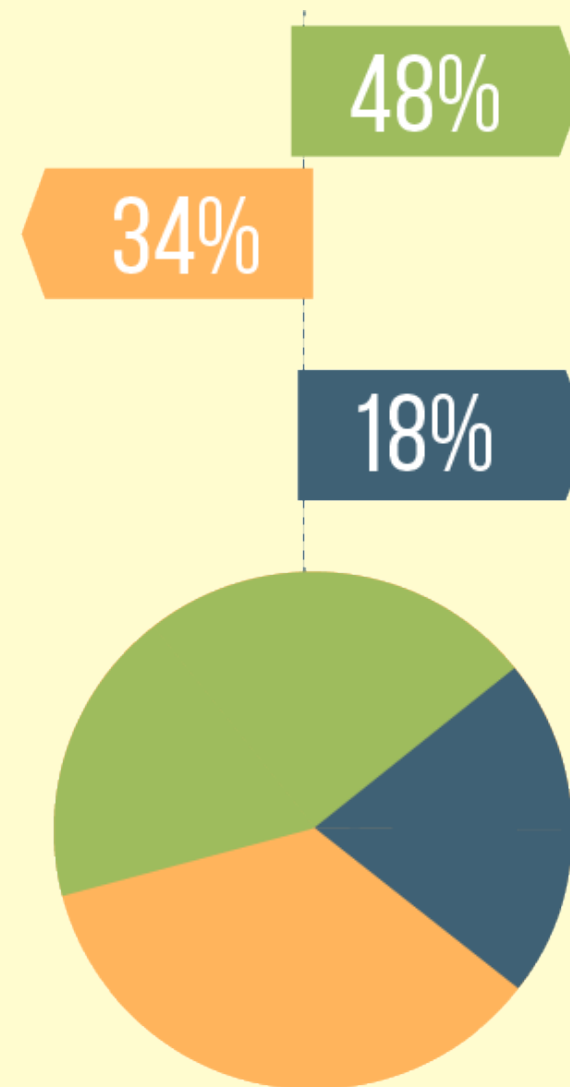
**48%** periódico impreso.



**34%** radiofónicos.



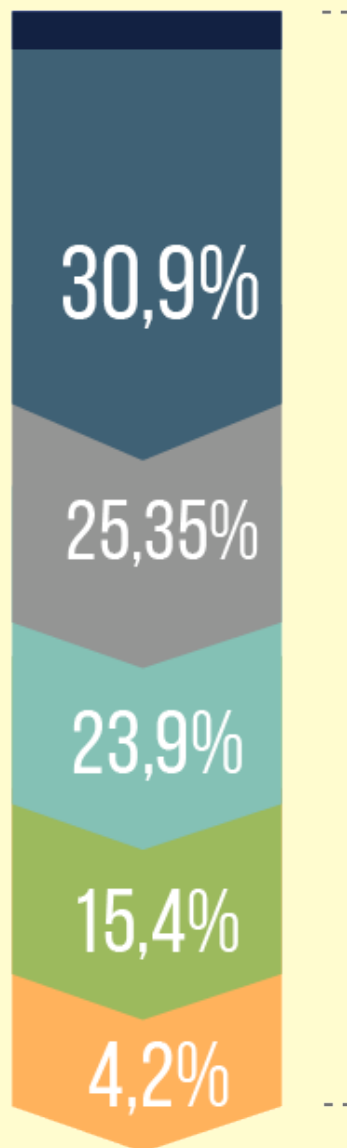
**18%** televisivos.



Tipo

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

## Alcance geográfico



MÁS 100 KM

22

medios aseguran **poseer un alcance de más de 100 kilómetros** a la redonda.

60-100 KM

46

medios **se ubican entre los rangos de 10 y 100 kilómetros**.

30-60 KM

3

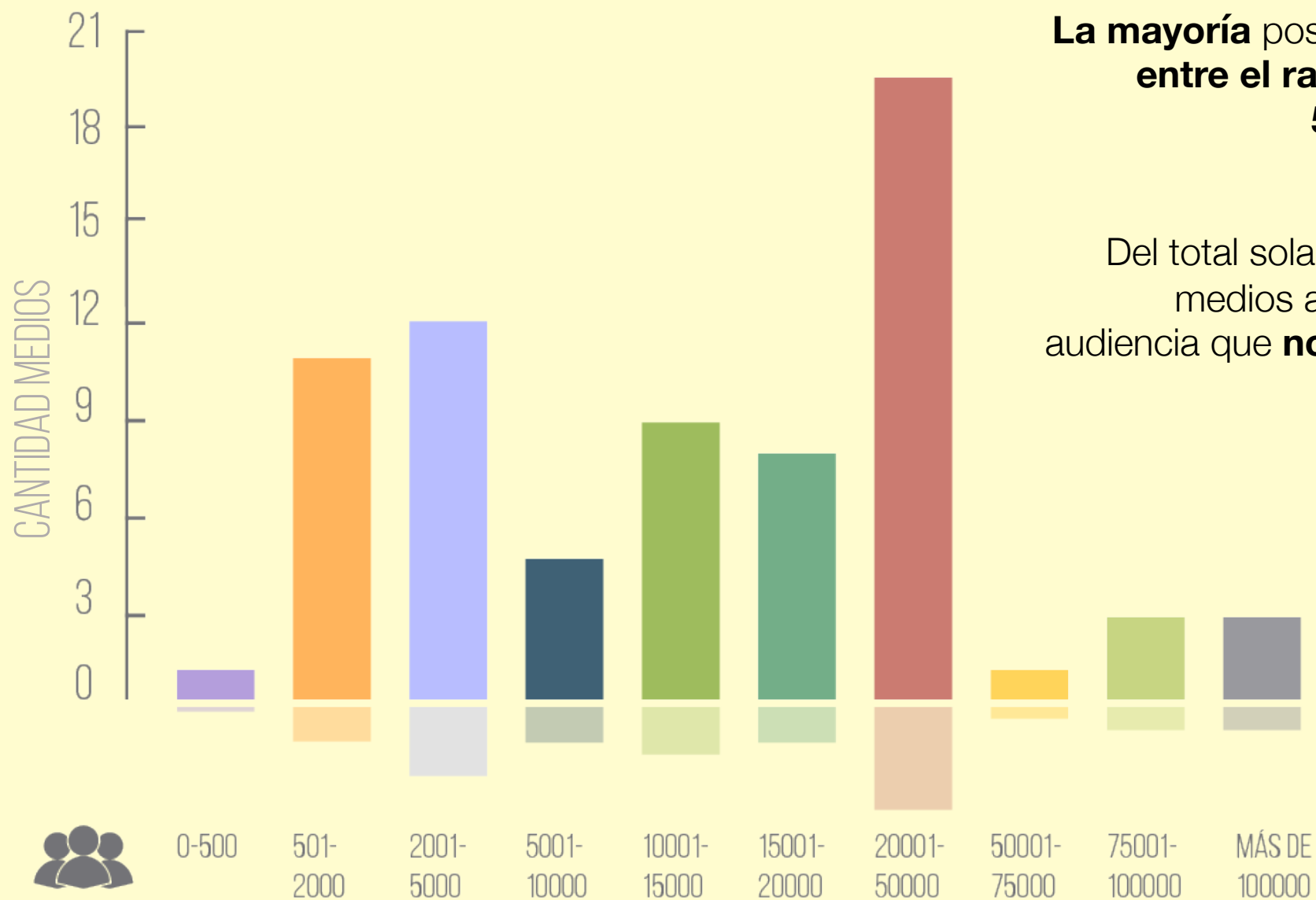
tienen **10 o menos de 10 kilómetros de alcance**.

10-30 KM

MENOS DE 10 KM

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

## Estimación de Audiencia



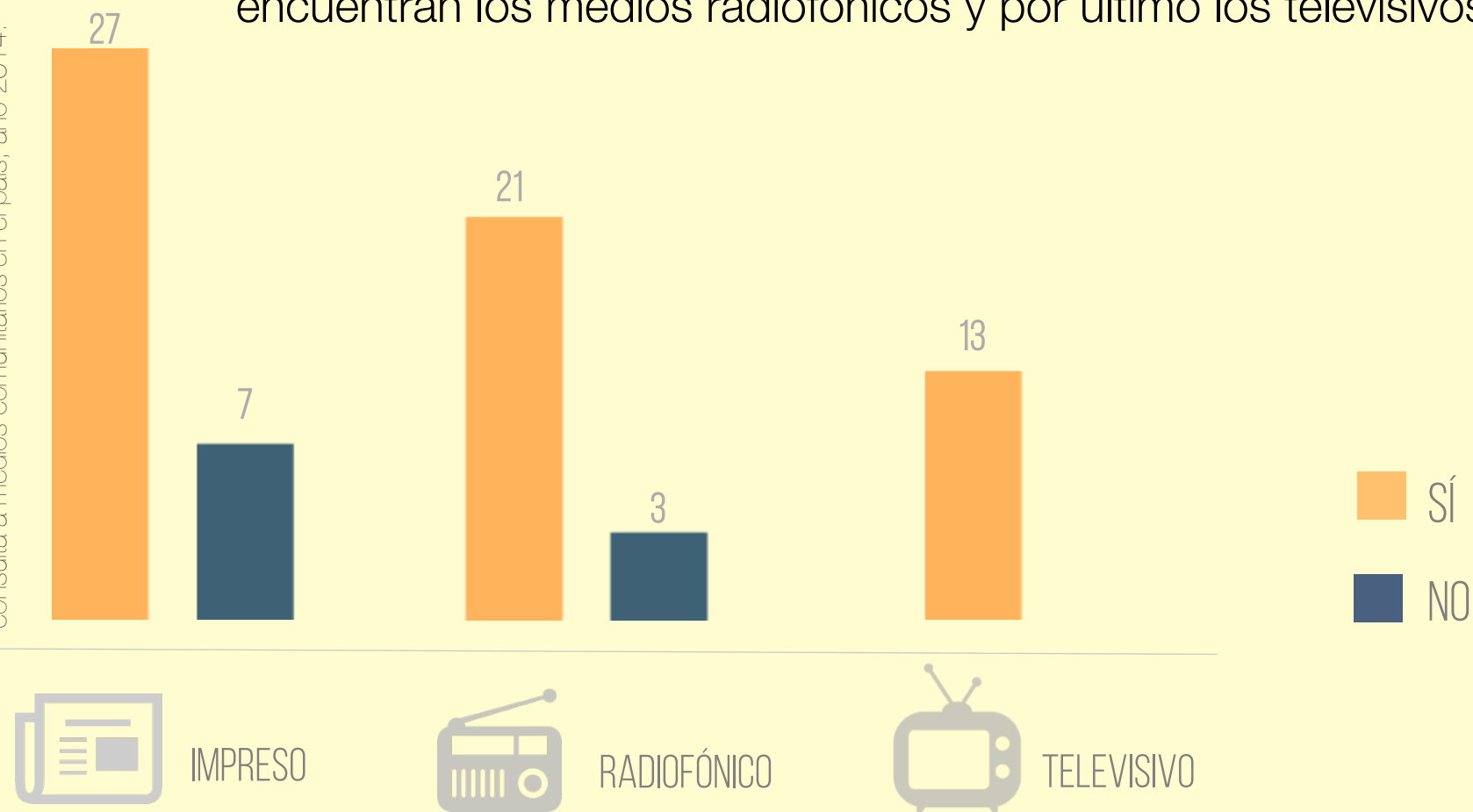
**La mayoría** posee una audiencia **entre el rango de 20.001 y 50.000** personas.

Del total solamente **uno** de los medios afirmó poseer una audiencia que **no supera las 500** personas.

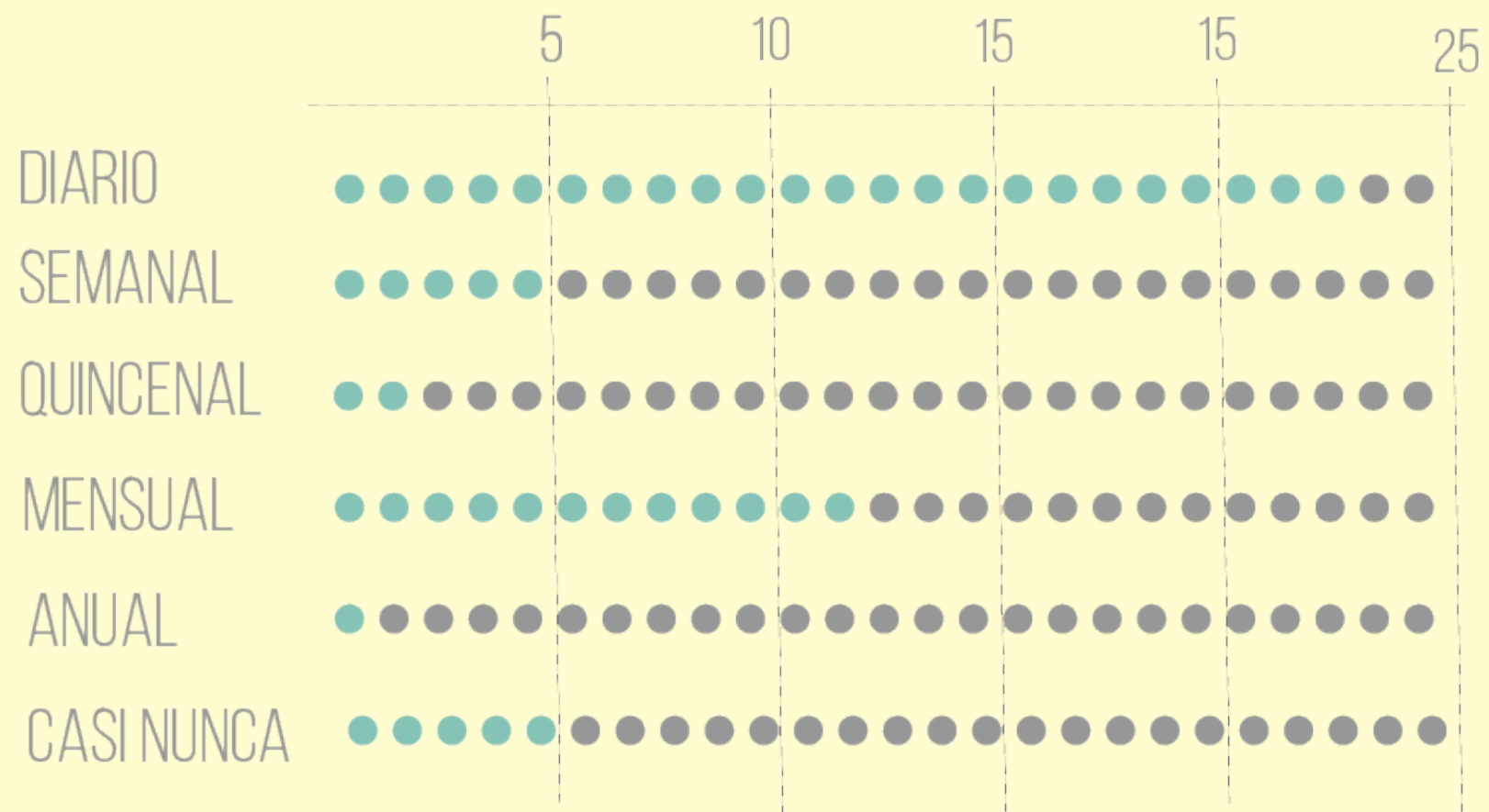
## Uso de Redes Sociales

El uso de redes sociales para la difusión de contenidos **es una práctica popular principalmente en los medios de tipo impreso**. Seguido se encuentran los medios radiofónicos y por último los televisivos.

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.



## Frecuencia en la actualización de la página web



Fuente:  
Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

Según los resultados un número de **23 medios** aseguró actualizar los **contenidos** de los sitios diariamente, **12 medios** lo actualizan **mensualmente** y el restante lo actualiza de forma irregular.

## Funciones que cumple el sitio web



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.



## Recursos utilizados en las publicaciones de redes sociales



**Casi la totalidad** de los medios con redes sociales **utiliza fotos y texto** en sus publicaciones.

Un **recurso poco utilizado son los podcast**, o grabaciones de audio, solo utilizadas por 12 medios.

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.



# Contenido

1. Datos generales

**2. Periodismo**

3. Publicidad

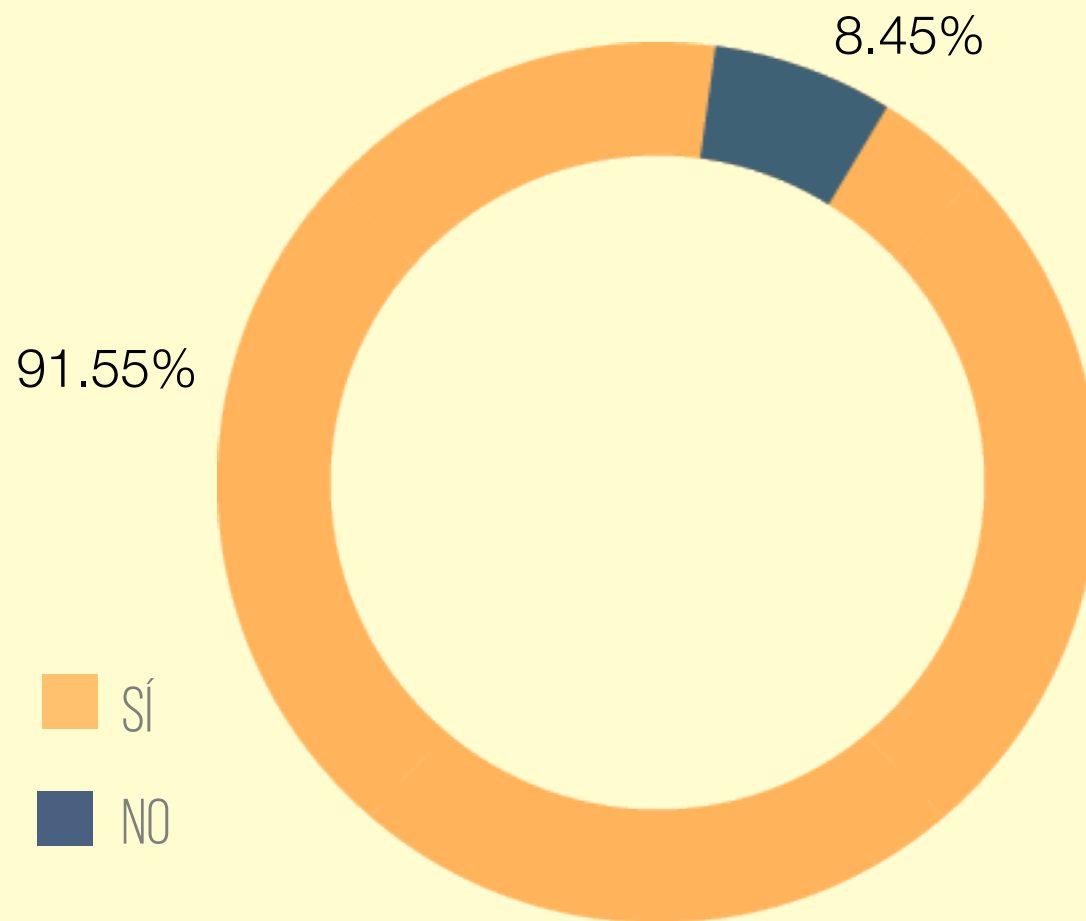
4. Relaciones Públicas

5. Producción Audiovisual

# PERIODISMO



## Espacio periodístico



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

**65** medios  
afirmaron **contar con un espacio** de este tipo.

**6** medios  
restantes indicaron razones  
varias por las que no  
presentan contenidos  
informativos, dentro de ellas  
que **no es su objetivo  
principal**, o que **no  
contaban** con los  
**recursos necesarios**.

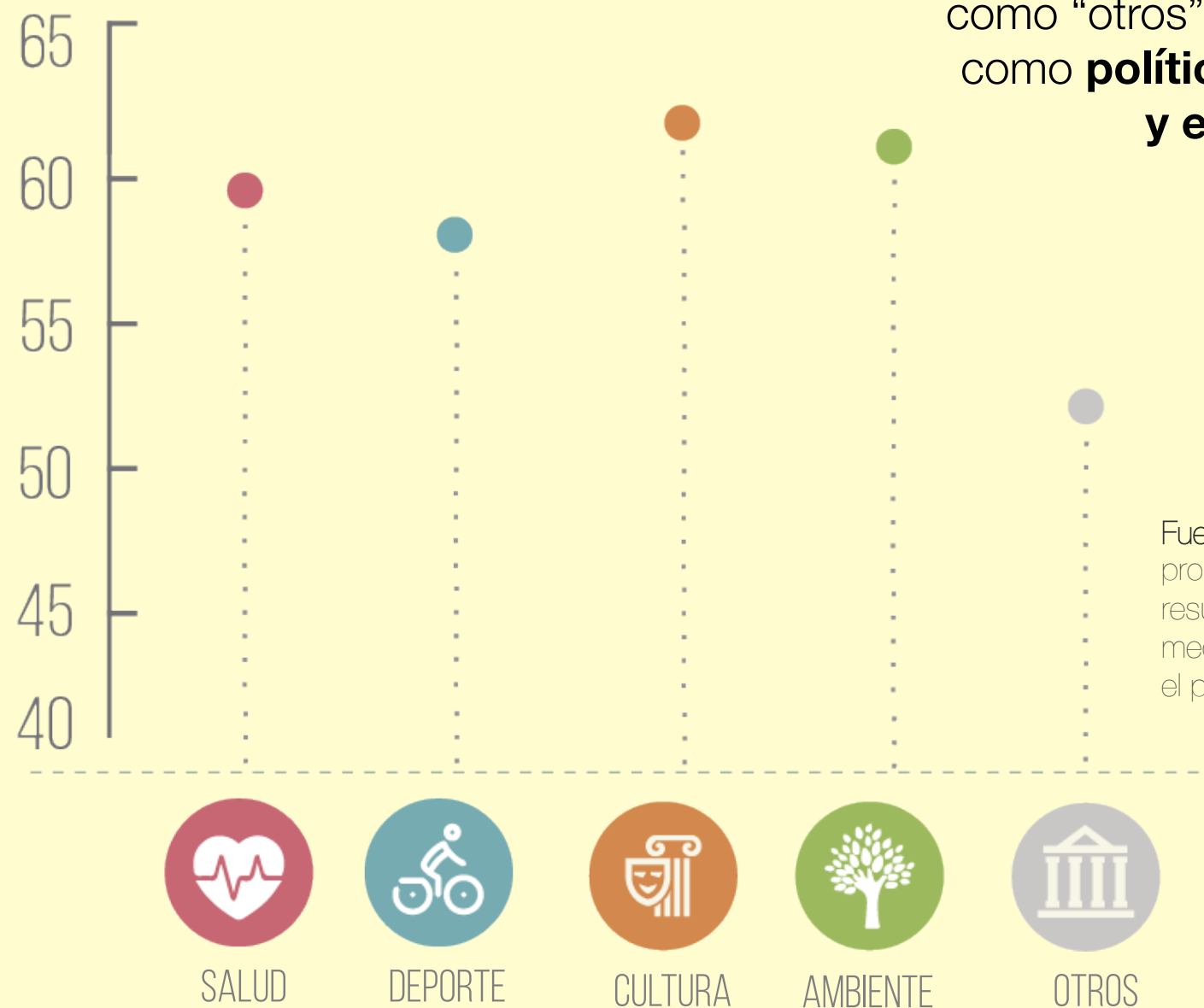
## Tipos de contenido



Para la categoría de **Noticias, el enfoque de los contenidos es local**, con alguna cobertura nacional y poca cobertura internacional.

En la categoría **Entretenimiento, la cobertura local es menor** y la internacional mayor.

## Temas abarcados



La categoría representada como “otros” abarca temas como **política, economía y espectáculos.**

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

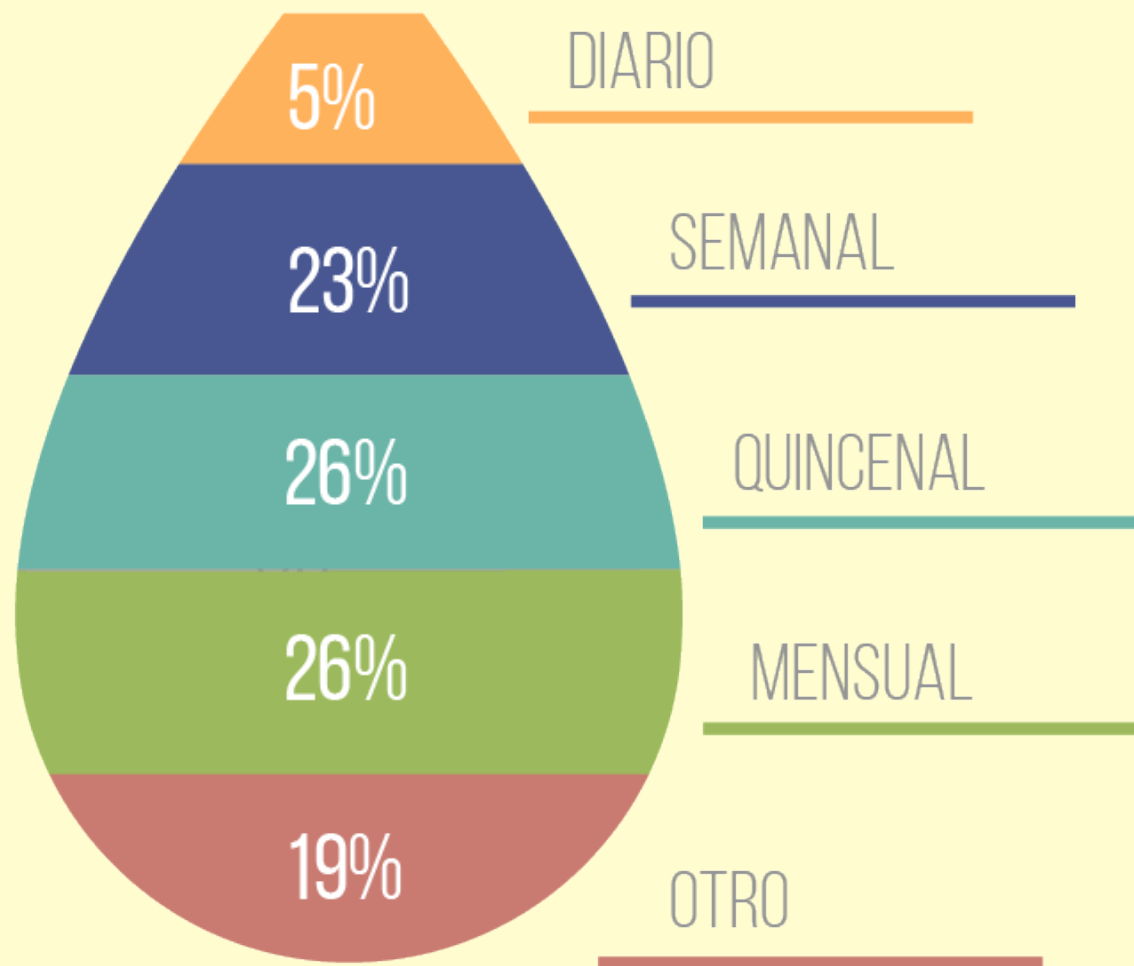
## Aporte de la comunidad al medio



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

# PERIODISMO

## Frecuencia de la organización de la agenda



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.



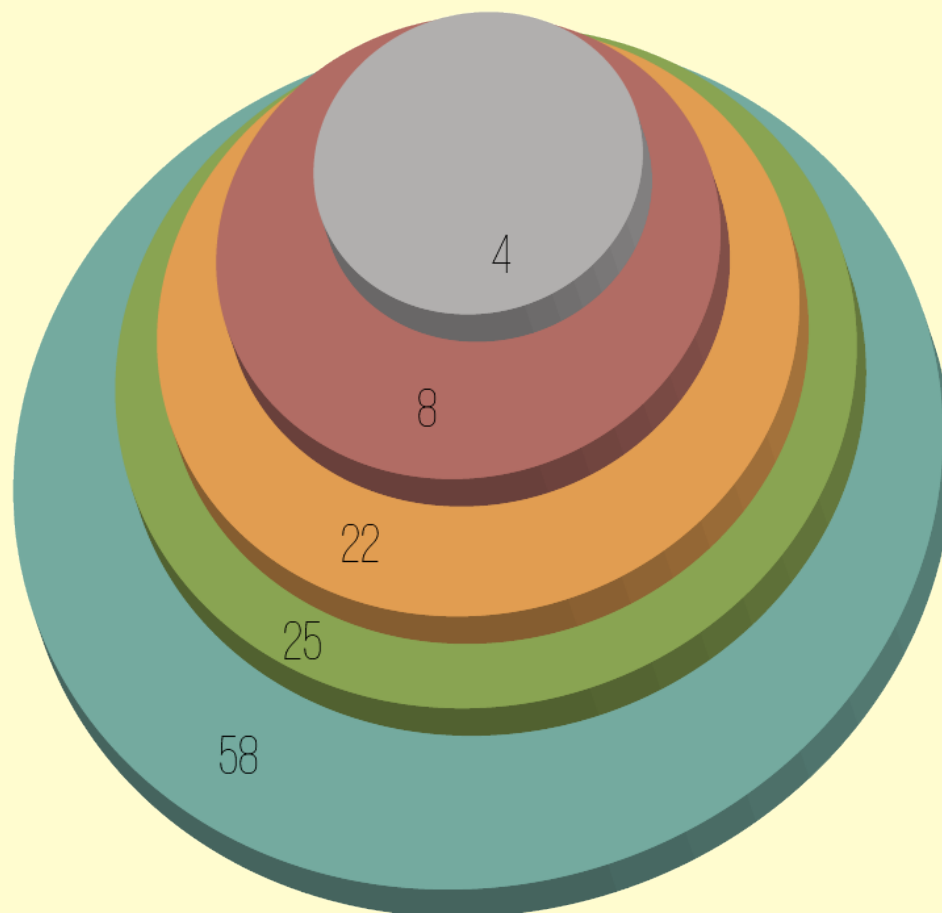
# Contenido

1. Datos generales
2. Periodismo
- 3. *Publicidad***
4. Relaciones Públicas
5. Producción Audiovisual

# PUBLICIDAD



## Fuentes de ingreso



De los 71 medios comunitarios consultados, **58 medios (81%) utilizan la publicidad para su sostenibilidad.**

● DONACIONES

● ACT. COMUNITARIAS

● VENTA DE SERVICIOS

● PATROCINIOS

● PUBLICIDAD

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

## Personas encargadas de la publicidad

| NO RELACIONADOS                                                                                 | RELACIONADOS                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  Editores      |  Mercadeo y ventas       |
|  Colaboradores |  Ejecutivos de ventas    |
|  Periodistas   |  Ejecutivo en publicidad |
|  Dueño        |  Director de publicidad |

Fuente:  
Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

En promedio, de 1 a 4 personas se encargan de cumplir con esta labor. Su **puesto dentro del medio no es exclusivo** sino que participan desde periodistas hasta administrativos en el mayor de los casos.

## Tipos de anunciantes

Cooperativas

30



Empresas  
nacionales

32



Instituciones con  
sedes locales

39



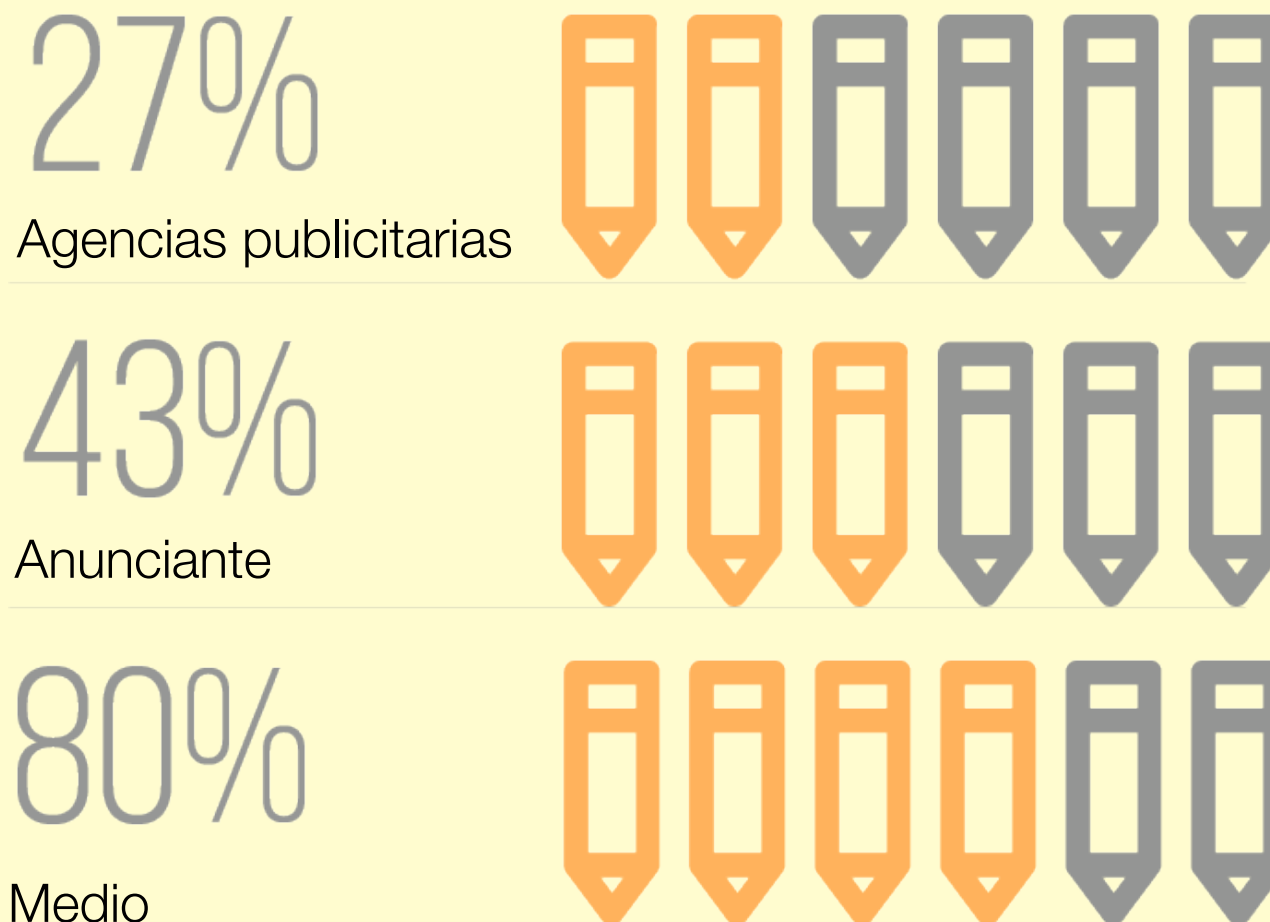
Empresas  
locales

62



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

## Encargados de producción publicitaria



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

# PUBLICIDAD

## Esfuerzos por atraer pauta



Un hallazgo interesante es que **gran parte de los medios (49) le ha vendido pauta a personajes políticos.**

Entre estos destacan alcaldes, diputados y presidentes durante la campaña electoral.

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.



# Contenido

1. Datos generales
2. Periodismo
3. Publicidad
- 4. Relaciones Públicas**
5. Producción Audiovisual

# RELACIONES PÚBLICAS



## Iniciativa para crear el medio

| Propiedad de los medios |  Empresarios |  Grupo religioso |  ONG |  Institución gubernamental |  Vecinos |  Otro | Total |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Propiedad privada       | 43                                                                                            | 5                                                                                                   | 0                                                                                       | 5                                                                                                             | 0                                                                                           | 7                                                                                        | 60    |
| Propiedad institucional | 0                                                                                             | 2                                                                                                   | 1                                                                                       | 6                                                                                                             | 1                                                                                           | 1                                                                                        | 11    |
| <b>Total</b>            | 43                                                                                            | 7                                                                                                   | 1                                                                                       | 11                                                                                                            | 1                                                                                           | 8                                                                                        | 71    |

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

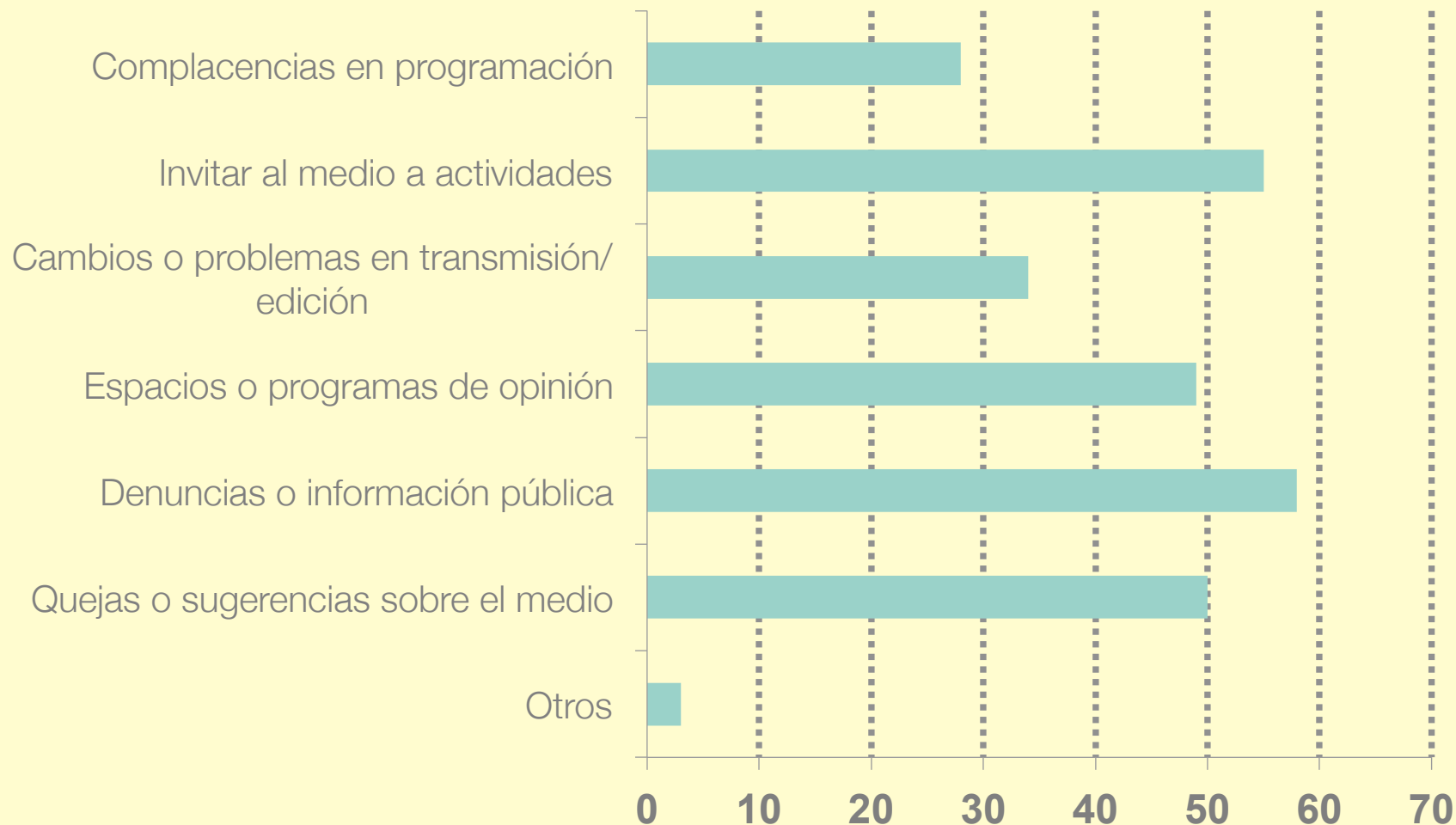
## Funciones que cumple el medio



Al momento de escoger una función principal, **la mayoría de medios** de comunicación señaló que **informar a la comunidad es su rol principal.**

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

## Motivaciones de la comunidad para contactar al medio



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

## Importancia que dan los medios a la retroalimentación comunitaria

### Escala de 1 a 5 en importancia

5 para mayor importancia



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.



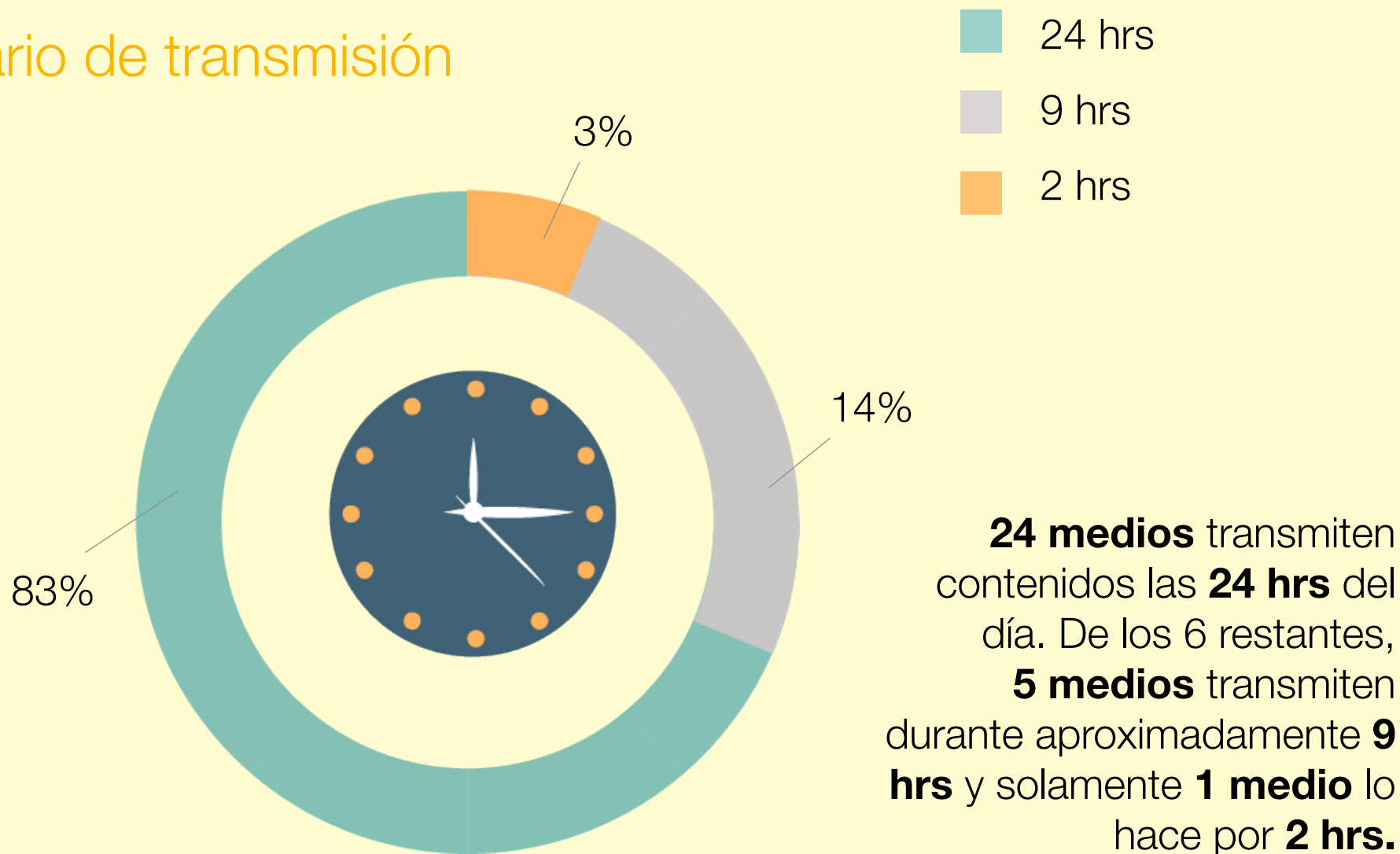
# Contenido

1. Datos generales
2. Periodismo
3. Publicidad
4. Relaciones Públicas
- 5. Producción Audiovisual**

# AUDIOVISUAL

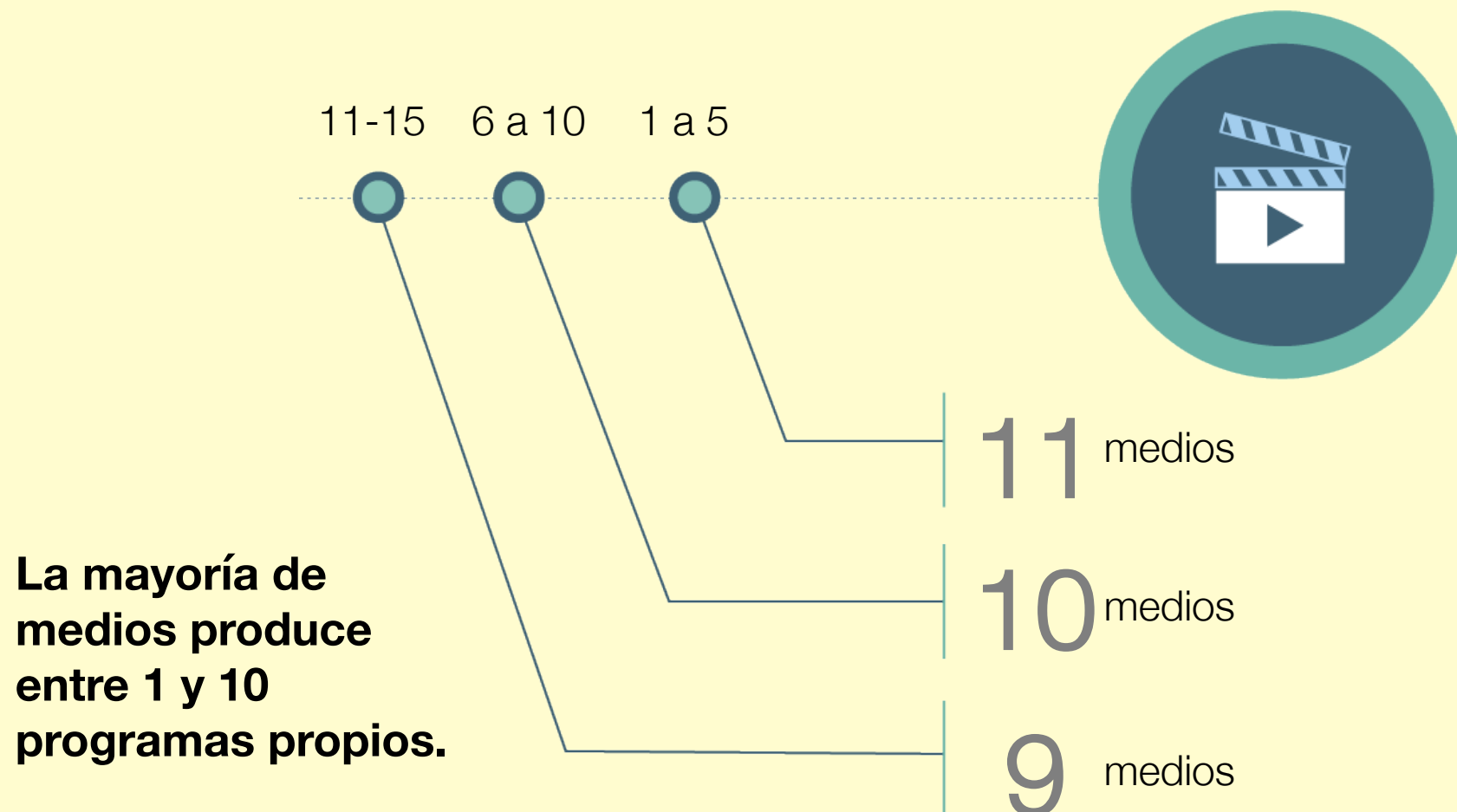


## Horario de transmisión



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

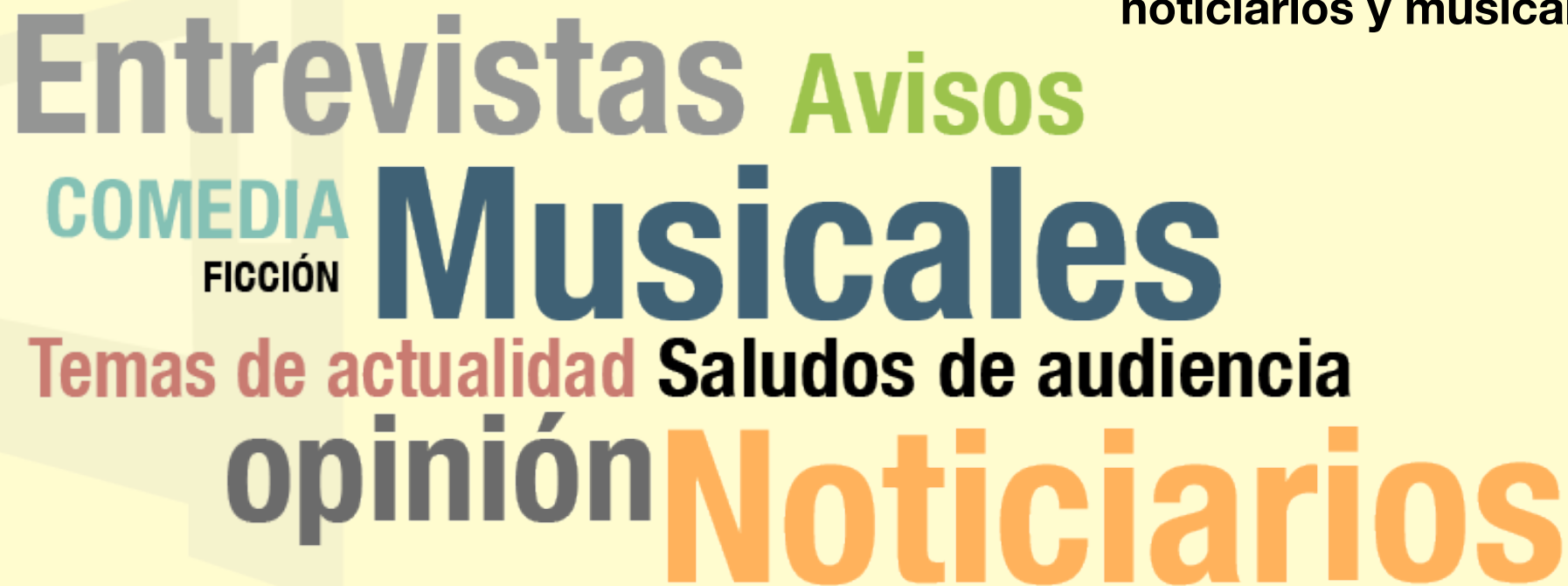
## Programas de producción propia



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

## Géneros de la programación propia

Se encontró que **el tipo que predomina en la producción propia** de los medios locales son los de **entrevistas, noticiarios y musicales.**

A word cloud of audiovisual genres. The words are arranged in a cluster, with 'Musicales' being the largest and most central. Other prominent words include 'Entrevistas', 'Noticiarios', 'Avisos', 'COMEDIA', 'FICCIÓN', 'Temas de actualidad', 'Saludos de audiencia', and 'opinión'. The words are in various colors and sizes, creating a dynamic visual effect.

Entrevistas Avisos  
COMEDIA FICCIÓN Musicales  
Temas de actualidad Saludos de audiencia  
opinión Noticiarios

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

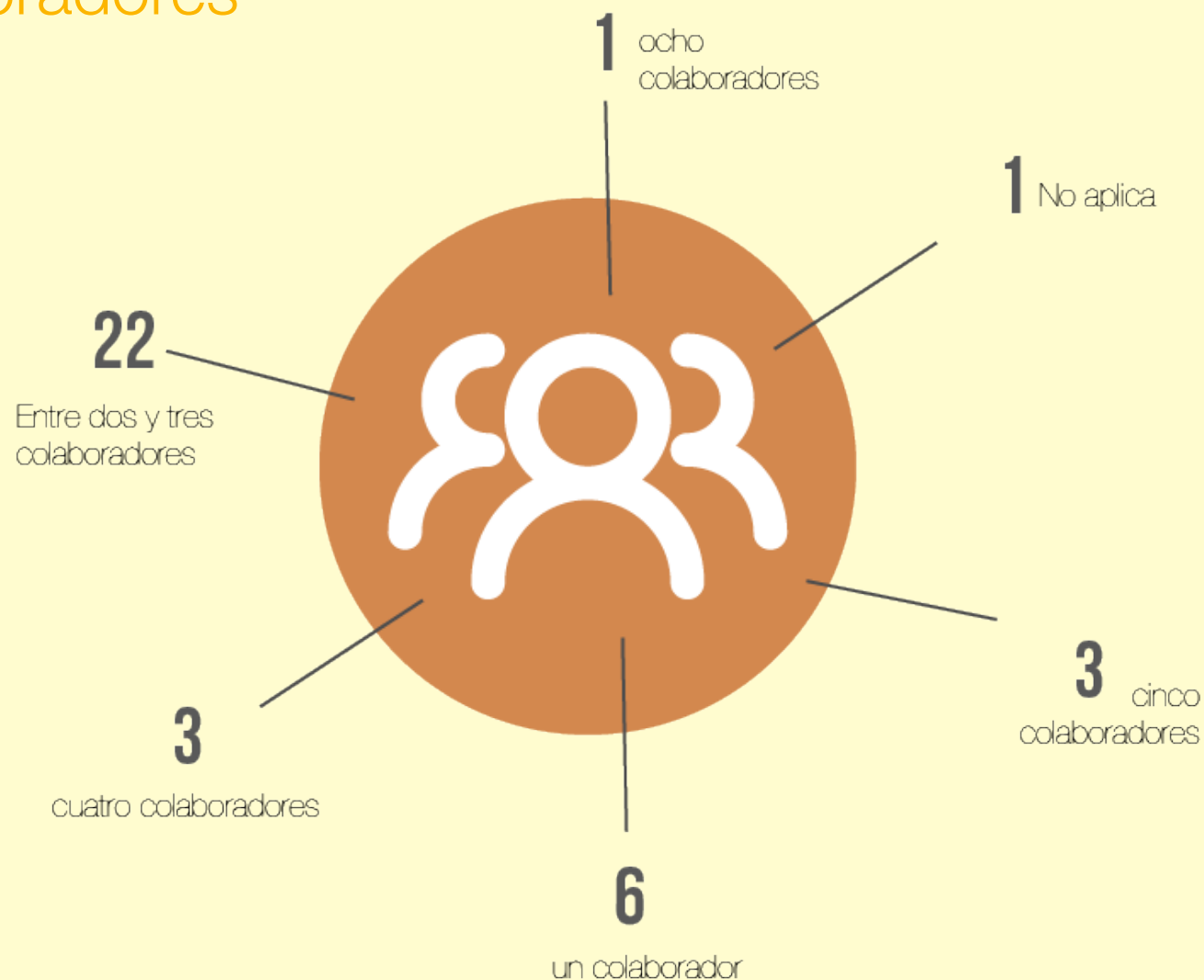
## Temática de las producciones propias



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

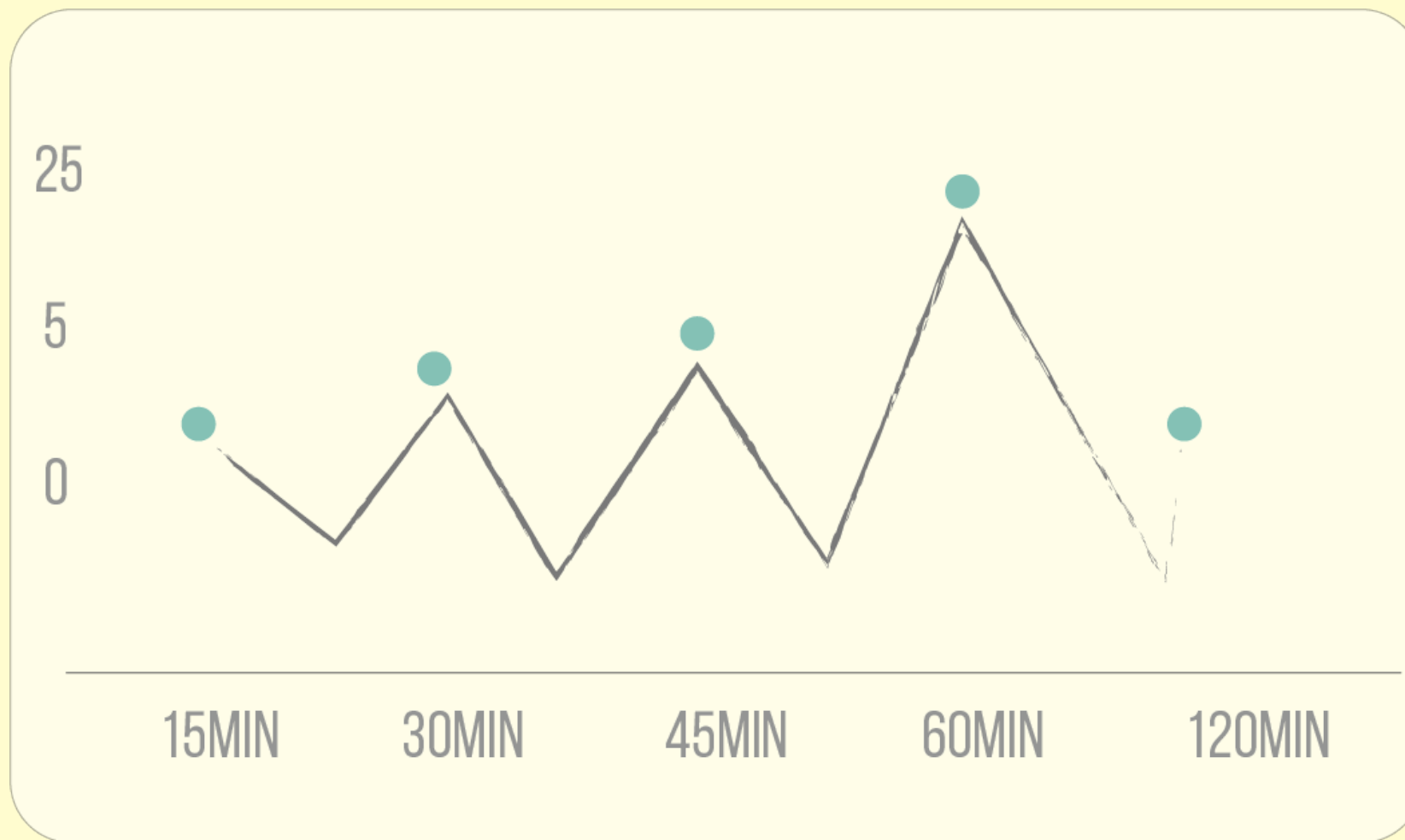
## Cantidad de colaboradores

Dentro de los roles que cumplen las personas encargadas, **Dirección/ Realización y Producción** son los roles más comunes a la hora de producir.



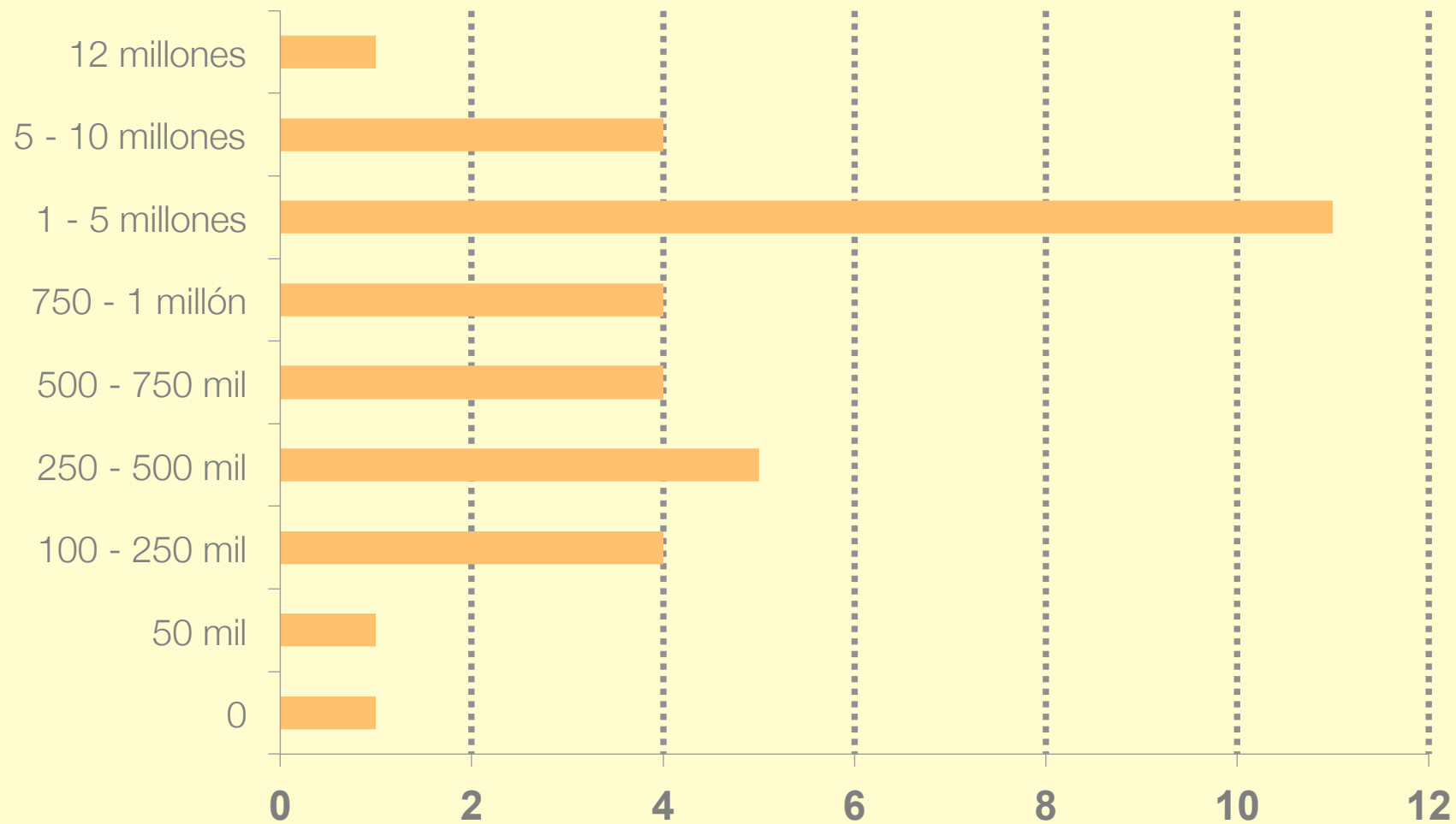
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

## Duración de programas en vivo



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

## Presupuesto



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de consulta a medios comunitarios en el país, año 2014.

# Créditos

Copyright: CICOM 2017

Universidad de Costa Rica

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio

San Pedro de Montes de Oca

Centro de Investigación en Comunicación

Tel: (506) 2511 6414

Correo: [cicom.eccc@ucr.ac.cr](mailto:cicom.eccc@ucr.ac.cr)

Investigación realizada en el curso Módulo Integrador I:

Medios Comunitarios, II-2014

Coordinación: Carolina Carazo Barrantes

Diseño de gráficos y publicación: Susan Leitón Guillén

# Estudiantes a cargo

Alarcón Quirós Julieta

Arguedas Bermúdez María Fernanda

Camareno Valerín Catalina

Castro Incera María José

Chavarría Valverde Kenneth

Chavarría Román

Chinchilla Cerdas Sofía

Daryanani Sushila

Espinoza Rojas Johan

Fonseca Masís Nicole

González Ch Ana Laura

Jiménez Ramírez Claudia

Méndez Marengo Andrés

Molina Torres Michael

Naranjo Hernández Adrián

Otárola Meza Yessenia

Rios Mora María José

Ruiz Arias Luis

Ruiz Rodríguez Josué

Tristán Meoño María Fernanda

Vargas Ling Andira

Vásquez Vargas Lucía

Vega Madrigal Angie

Vindas Elizondo Priscila