

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS

ESCUELA DE PERIODISMO

**EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN DE LA ELECCIÓN
MUNICIPAL DEL CANTÓN DE PUNTARENAS 2020 POR LOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN REGIONALES DE LA ZONA**

LEONEL RAMÍREZ ORELLANA

SAN JOSÉ, DICIEMBRE, 2020

Dedicatoria

Dedico esta investigación y todo el esfuerzo empeñado en mis años de estudios a mis padres, Amarilis Orellana Cedeño y Leonel Ramírez López, las personas más importantes de mi vida, quienes han formado la persona que soy, apoyándome en las metas que poco a poco pude lograr, y que sin ellos no sería la persona que actualmente soy.

Mi madre, Amarilis, una persona luchadora, estudiada y una gran mujer, que me crió y definió con sus enseñanzas el carácter y personalidad que tengo, una gran mujer y madre, que junto a su mano me enseñó demasiadas cosas de la vida. Al final, lo único que puedo decirle a mi mamá es ¡lo logramos! No fue tan difícil, con la convicción y el amor que siempre me diste, nada es difícil en este mundo.

A mi padre, Leonel, una persona que se ha superado, un gran profesional en todas sus áreas y el hombre que me ha apoyado en todo momento, la personas que me ha guiado en la parte académica y supe explotar el potencial que he tenido desde siempre en el mundo de la comunicación. Un hombre con gran carácter y amor por sus hijos, al que puedo mirar a la cara y decirle, soy un profesional, todo el esfuerzo valió la pena.

Ambos tienen toda mi gratitud por siempre. Además de ellos, dedico este esfuerzo a mis abuelos Hilda Cedeño Gutiérrez, mi abuelita que me enseñó a leer desde niño y realizó una excelente labor para darme todo su amor cuando era niño, y a mi abuelo, Malaquías Orellana Orellana, la persona que desde pequeño me cuidó y con buenas risas, me enseñó lo que es ser una buena persona como lo es él.

A estas cuatro personas que conforman mi familia, los que siempre han estado para mí en todo momento, les dedico mis esfuerzos de días, semanas, meses y años, que culminan en esta investigación.

¡Los amo!

Agradecimientos

Agradezco a mis padres, Amarilis Orellana Cedeño y Leonel Ramírez López, por apoyarme en todo momento y forjar la persona que soy, y también, agradezco a mis abuelos maternos, Hilda Cedeño Gutiérrez y Malaquías Orellana Orellana, por haberme cuidado y llenado de amor desde mi niñez hasta mi adultez.

A todos y cada uno de los profesores que tuve en la escuela y en el colegio, personas que, con sus conocimientos, ayudaron a guiarme y enseñarme con buena fe, muchas cosas esenciales de la vida. Luego, agradezco a los profesores que tuve en el Instituto de la Comunicación, especialmente a Edwin Morales Jiménez, que me enseñaron y ayudaron a decidirme a estudiar y trabajar en el ámbito tan hermoso que es el mundo de la comunicación.

En la carrera de periodismo de esta universidad, agradezco al anterior director de carrera, Odith Bolandi, que realizó un gran trabajo para dejar en alto esta escuela. En la parte de los docentes, agradezco a los mejores profesores que ha tenido esta universidad y que tuve el honor de recibir sus conocimientos: Carlos Hidalgo, José Luis Mora, Álvaro Villalobos, Erick Jiménez, Natalia García, Ana García, Pablo Segura y José Duncan. También agradezco al actual director de carrera, Ramiro Núñez, por toda su ayuda y consejos brindados en todo momento, al igual que agradezco al técnico de sonido de la radio UIA, Rolando Jiménez, por su ayuda en diferentes cursos de la carrera.

En la misma carrera tuve la grandiosa suerte de coincidir con los mejores amigos, colegas y personas que me han ayudado desde el inicio de la carrera: Pamela González, Elías Jiménez, David Sancho, Paula Sandí, Fabián Arias, Walter Mora, Erick Maroto y las demás personas que conocí, al igual que agradezco mi novia, Gloriana Hernández, que también fue mi compañera y me ayudó en las etapas finales de esta investigación.

Por último, agradezco a mi tutor don Álvaro Villalobos, quién además de ser de los mejores profesores de la Universidad como lo mencioné en anteriores párrafos, fue la persona que me guió en el proceso de concluir esta investigación, al igual que agradezco a las personas que me ayudaron con sus entrevistas para sustentar este documento.

¡Muchas gracias a todos!

Tabla de contenido

Dedicatoria.....	2
Agradecimientos.....	3
Carta del tutor.....	4
Carta del filólogo.....	5
Declaración Jurada.....	6
Tablas.....	12
Figuras.....	13
Resumen.....	14
CAPÍTULO I: PROBLEMA.....	15
Planteamiento del Problema.....	15
Objetivos.....	17
Objetivo general.....	17
Objetivos específicos.....	17
Justificación.....	17
Antecedentes.....	19
Historia.....	19
Antecedentes Nacionales.....	19
Antecedentes Internacionales.....	24
Proyecciones.....	29
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	30
Medios de Comunicación.....	30
Periodismo digital.....	31
Medios de comunicación regionales.....	32
Puntarenas se oye.....	32

Noticias del Puerto.....	33
Puntarenas Positivo.....	33
Radio Puerto TV.....	33
Puntarenas Le Informa.....	34
Canales de Comunicación.....	34
Prensa escrita	34
Televisión.....	35
Radio.....	36
Internet	36
Herramientas de Comunicación	38
Redes Sociales	39
Facebook.....	39
Instagram.....	39
Streaming	40
Sitios web.....	41
Publicidad en Medios Regionales.....	41
Publicidad en redes sociales.....	43
Google analytics.....	44
Manejo de la Información.....	44
Cobertura de Elecciones	45
Debates.....	47
Entrevista	48
Cobertura de elecciones en medios digitales	49
Elecciones Municipales de Costa Rica	50
Historia.....	51

Municipalidad	53
Partidos Políticos	54
Partido Liberación Nacional.	55
Partido Unidad Social Cristiana.....	55
Unión de puntarenenses emprendedores.....	56
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	57
Enfoque de la Investigación.....	57
Enfoque cualitativo	58
Método de la Investigación.....	58
Diseño narrativo.....	59
Fuentes de Información.....	59
Muestra de la investigación	60
Criterios de inclusión y de exclusión	60
Instrumentos.....	62
Entrevista semiestructurada	62
Análisis de contenido	64
Grupo focal	65
Proceso para la Recolección y el Análisis de Datos	66
Entrevista semiestructurada	66
Análisis de contenido	67
Grupo focal	67
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	68
Unidad de Análisis 1: Demostrar el Alcance del Trabajo Realizado por los Medios Regionales	69
Cuánto alcance establecieron los medios regionales	69
Público meta establecido.....	71

Unidad de Análisis 2. Identificar las Herramientas Comunicativas Utilizadas	73
Equipo utilizado por los medios regionales	73
Herramientas de comunicación utilizadas	74
Unidad de Análisis 3. Establecer el Impacto de los Medios Regionales Sobre el Público.....	76
Interacción del público.....	76
Interés del público.....	79
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES	82
Conclusiones.....	82
Recomendaciones	85
Referencias.....	86
APÉNDICES.....	91
Apéndice A	91
Preguntas realizadas.....	91
Apéndice B.....	92
Preguntas realizadas.....	92
Apéndice C. Respuestas entrevista 1 a Cristián Campos.....	93
Apéndice D. Respuestas entrevista 2 a Andrés Garita.....	94
Apéndice E. Respuestas entrevista 3 a Erick Rodríguez	96
Apéndice F. Respuestas entrevista 4 a Miguel Martínez.....	97
Apéndice G. Respuestas entrevista 5 a Klever Ramos	100
Apéndice H. Respuestas grupo focal	103
1. ¿Qué piensan de la unión de medios regionales de Puntarenas llamada ACOP?.....	103
2. ¿Creen que los medios regionales generaron interés en el público al cubrir los medios regionales?	104
3. ¿ACOP habrá influido la decisión de los votantes para elegir un candidato?	105

4. ¿Este tipo de coberturas beneficia a los puntarenenses?.....	106
Apéndice I. Capturas del análisis de contenido	107

Tablas

Tabla 1. Unidad de Análisis	61
Tabla 2. Participantes de las entrevistas	61
Tabla 3. Participantes del grupo focal	64
Tabla 4. Unidad de análisis y categorías	66
Tabla 5. Formulario de las entrevistas	87
Tabla 6. Formulario del grupo focal	88

Figuras

Figura 1: Entrevista de medios regionales a candidatos.	103
Figura 2: Entrevista de medios regionales a candidatos.	104
Figura 3: Reproducciones de transmisiones en el medio regional Puntarenas Se Oye.	105
Figura 4: Reproducciones de transmisiones en el medio regional Antena Porteña.	105
Figura 5: Entrevista a Kathia Berdugo de UPE.	106
Figura 6: Reproducciones de transmisiones Puntarenas Se Oye 2.	106
Figura 7: Reproducciones de transmisiones en Antena Porteña 2.	107
Figura 8: Lo de ACOP y medios regionales asociados en total.	107

Resumen

La presente investigación, se centra en el trabajo realizado por los medios regionales del cantón central de Puntarenas, donde a finales del 2019, los medios locales más importantes de la zona, se unieron para cubrir las elecciones municipales del 2020, formando la denominada Asociación de Comunicadores de Puntarenas (ACOP).

Este suceso nunca antes visto en los medios regionales de Puntarenas, inspiró la realización de esta investigación, ya que unir las páginas más relevantes del cantón, para llevarle la información de las elecciones locales a los puntarenenses, es un hecho histórico, donde el mayor beneficiado fue la democracia costarricense.

Los comunicadores de Puntarenas, presentaron a los habitantes del cantón central de la provincia, una forma diferente de informar y llevar a cabo el abordaje de las elecciones locales del lugar, al apoyarse de las redes sociales y de la gran unión de varios medios regionales de la zona puntarenense.

El hecho presentó un manejo informativo diferente, al centrarse en plataformas digitales, para difundir la información de las elecciones municipales del cantón, al público que consume estos medios locales.

Con lo anterior mencionado, se llevó a cabo el contacto con los fundadores y participantes de la ACOP, para que brindaran su conocimiento y experiencia en nivel informativo, sobre el hecho relevante.

Por otro lado, la investigación también cuenta con opiniones de personas externas, que consumieron la información emitida por los comunicadores puntarenenses, y vivieron este hecho de primera mano, con las entrevistas realizadas a los aspirantes políticos por la alcaldía del cantón central de Puntarenas.

Por lo que en esta investigación que están a punto de comenzar a leer, se encuentra recopilado todo este acontecimiento en la política costera, junto con la interacción que vivió el público en las elecciones del municipio, que, además, los medios regionales de Puntarenas, realizaron una cobertura distinta de las elecciones de Puntarenas, que se desarrollaron a finales del 2019.

CAPÍTULO I: PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Los medios de comunicación son una parte fundamental en la democracia costarricense, mediante los canales de televisión, frecuencias de radio, prensa escrita y medios digitales, se informa a la población sobre las elecciones nacionales.

Sin embargo, los medios de comunicación regionales tienen un peso mayor en las elecciones municipales, esto con base en lo expresado por Muñoz (2019), donde habla que lo informado por los medios independientes en el ámbito político local, influye en el pensamiento de los ciudadanos de una comunidad.

Un artículo de Primera Plana, medio informativo del Colegio de Periodistas y Profesionales en Comunicación (Colper) dice lo siguiente: “Los medios regionales informan sobre diferentes zonas del país, radios, televisoras, periódicos y revistas locales cubren información que los medios tradicionales no pueden abordar. El rol que cumple estos medios es determinante para la construcción de una sólida democracia” (Alpízar, 2018, párr.1).

Los medios regionales manejan la información que sucede en la comunidad, abordan temas que las grandes empresas de comunicación dejan de lado o no profundizan del todo, esto da como resultado un acercamiento mayor con los habitantes de un cantón en específico, y cómo ese público meta, se convierte en próximos votantes para las elecciones municipales.

Según Alpízar (2018) que cita la investigación de Luna (2007), los medios regionales ayudan a la diversidad informativa, concentran los medios en pocos empresarios, dan relevancia a distintas personas que desarrollan la actividad informativa en la zona y los ciudadanos tienen mayor facilidad de tener opciones de información.

Por otra parte, los avances tecnológicos hacen que los medios locales innoven la forma de comunicar y llevar la cobertura electoral a los votantes, al realizar una conexión entre los postulantes a la alcaldía del cantón y los habitantes del lugar, en este caso Puntarenas.

La relevancia de este tipo de empresas informativas, juega un papel crucial en la democracia costarricense, a diferencia de las cadenas noticiosas importantes que dan un tiempo límite para informar sobre los posibles alcaldes de los 82 cantones del país, los medios regionales

desarrollan el factor informativo de un solo municipio, ya que conocen de primera instancia las carencias que vive una comunidad, lo que lleva a profundizar más temas que competen al lugar.

Esto mismo hace referencia la investigación de Rubén Flores, Alma Saldierna, Cinthia Gil, sobre “Sesgo noticioso en la cobertura de elecciones locales en los estados de Nuevo León y Colima” y publicado en 2017, donde mencionan que los medios locales, dieron una cobertura amplia en el estado de Colima en México para las elecciones en el lugar, mientras que las empresas de comunicación importantes no lograron dar un desarrollo más amplio a la cobertura de las elecciones locales.

Por otro lado, la diversificación de medios locales, junto con periodistas independientes, hacen una elección amplia de distintos enfoques para abordar las temáticas que se llevan a cabo en las coberturas, por lo que hay más variedad informativa para los habitantes de la zona.

Al comprender la importancia de los comunicadores independientes, sale a la luz la necesidad de conocer el impacto real los medios locales en la exposición de la política de la zona, y como esto influye directamente en la toma de decisiones de los votantes del cantón, ya que se presenta un mayor enfoque a todo lo que afecta a la comunidad desde la parte informativa.

Con lo anterior previamente definido, la recolección de datos relacionados con la investigación, exponer la perspectiva de la población que consume estos medios, investigar cómo los medios de regionales realizaron la cobertura de las elecciones y cómo esto ayudó a la elección municipal del cantón, son los principales canales de obtención de información que se realizarán para esta investigación.

La perspectiva de los habitantes es fundamental sobre el trabajo periodístico de un medio, ya que son los consumidores receptores del contenido que consumen día con día, también se suma las diferentes herramientas que utilizan los medios locales para llegar a ese público.

A todo esto, se plantea la siguiente pregunta ¿Qué tan importante fueron los medios regionales en el cantón central de Puntarenas, para la elección municipal 2020?

Objetivos

Objetivo general

Demostrar la importancia informativa de los medios regionales con la elección municipal 2020 del cantón de Puntarenas.

Objetivos específicos

- Definir el alcance proyectado por los medios regionales del cantón central de Puntarenas en sus transmisiones.
- Identificar las herramientas de comunicación implementadas por los medios regionales para informar a la población.
- Establecer el impacto de los medios locales en la elección de la alcaldía de la Municipalidad de Puntarenas.

Justificación

El factor central de esta investigación es dar a conocer la importancia de los medios regionales del cantón central de Puntarenas y como estos se unieron para la elección municipal 2020, con el objetivo de informar a los puntarenenses, conocer a los candidatos y dar a la ciudadanía un acercamiento con profundidad sobre el posible jerarca que podría llegar al municipio.

Esta investigación sirve como la comprobación de lo fundamental que pueden llegar a ser los medios de comunicación locales en el apartado informativo, tomando como base lo sucedido en las últimas elecciones municipales de Costa Rica, y delimitándolo a una zona, que, para efectos de esta investigación, fue importante en la cobertura de las votaciones.

En este caso, la ciudadanía de Puntarenas recibió la alianza informativa de la mayoría de los medios independientes más importantes de la zona, lo que les da a los puntarenenses un beneficio informativo que años anteriores no habían tenido, lo cual es vinculante con esta investigación, ya que al no haber un número significativo de investigaciones nacionales relacionadas con esta temática, la investigación cobra un peso mayor, ya que generaría una fuente extra de un tópico pocamente abarcado en el país.

El periódico La Nación, publicó una noticia que refleja la importancia nacional de los medios regionales en el país, y como estos incluso trabajan con medios estatales para llevar

información precisa de las diferentes partes del territorio nacional a los televidentes “En Trece Costa Rica Televisión (canal 13) se estrena un noticiero colaborativo en el que participarán 20 medios regionales y alternativos de varios rincones del país” (Matarrita, 2020, párr.1).

Con lo anterior mencionado, el papel presentado por la Asociación de Comunicadores de Puntarenas (ACOP) en las elecciones municipales, grupo de medios que se formaron exclusivamente para cubrir las votaciones, presenta un agregado a lo que aportaría esta investigación, y que sirve para desarrollar y demostrar con otra perspectiva, como un grupo de comunicadores independientes se unieron para llevar la información a los puntarenenses sobre los candidatos de los diferentes partidos políticos, además, de demostrar como las nuevas herramientas de comunicación pueden servir en este tipo de ocasiones.

La investigación también abordaría como dio y recibió la información elaborada por los medios locales, donde se realizarán entrevistas semiestructuradas con las opiniones de los comunicadores de estos medios regionales en el contexto de las elecciones municipales del 2020, mediante planteamientos de preguntas en relación con lo investigado. Además, de entrevistas en grupo a personas que consumieron la cobertura realizada por las páginas informativas y analizar el contenido emitido por los medios locales.

Por otro lado, en el diario digital El Herald de Chile, se hace referencia a la importancia de los medios regionales en tiempos de pandemia, donde no solo se ve que las noticias que tramitan estas empresas independientes sirven en política, sino que el peso informativo va más allá de eso “nuestros periodistas se ponen en riesgo a diario con el fin de brindarles a sus comunidades información confiable, veraz y relevante y que puedan tomar las mejores decisiones en este contexto” (El Herald, 2020, párr.3).

A todo esto, se deja en claro la importancia de desarrollar esta investigación, que buscará resolver el desconocimiento general de la verdadera importancia de los medios regionales, con un tema que es de relevancia para el país, los ciudadanos, los propios medios independientes y la democracia de Costa Rica.

Antecedentes

Historia

Los medios de locales han existido en el país durante años, y en el cantón central de Puntarenas hay varios ejemplos, como: La Voz del Pacífico, Radio Bahía, Radio Peninsular, Acontecer Espartano e incluso medios digitales como PuntarenasSeOye.com y Radio Puerto, entran en las filas informativas donde miles de puntarenenses consumen el contenido todos los días.

Los medios regionales forman una parte importante de la prensa del país, el Colegio de Periodistas de Costa Rica y Profesionales en la Comunicación (Colper), estimó un aproximado de 66 medios regionales en el 2018.

En la parte de las elecciones la historia es lejana, ya que la información histórica está empleada en varias investigaciones del Tribunal Supremo de Elecciones (TSE), la reciente publicada en el 2018.

La historia indica lo siguiente “En 1812 fue la primera vez que en Costa Rica nos organizamos electoralmente, realizamos las primeras elecciones para seleccionar a un representante ante la Corte de Cádiz, donde se redactó la Constitución de Cádiz de 1812” (Tribunal Supremo de Elecciones [TSE], 2018, p7).

Antecedentes Nacionales

Las investigaciones nacionales relacionadas con el tema son escasas, sin embargo, la siguiente tesis de la Universidad Nacional (UNA), sobre el artículo “Derechos humanos y democratización de los medios de comunicación” escrito por Abner Barrera Rivera, publicado en el 2017, señala la problemática que los grandes medios se apoderen de la mayoría de frecuencias, relacionándolo con la situación que viven diferentes países de América Latina, cuando los medios regionales tienen un peso importante en la información de los países.

De acuerdo con Barrera (2017) algunos gobiernos de países latinoamericanos ven el siguiente problema:

Por su parte la sociedad civil y algunos gobiernos latinoamericanos como Ecuador, Venezuela, Bolivia, Argentina y Brasil han sostenido en los últimos años, que los grandes

medios de comunicación, violan los derechos humanos y atentan contra la democracia, y lo hacen en nombre de la libertad de expresión y de prensa (p.65).

Lo anterior se destaca cómo los grandes medios de comunicación tienen un protagonismo fundamental en las elecciones de los países, mientras que, si hay más cantidad de coberturas de medios de comunicación, como, por ejemplo, los medios regionales, mayor cantidad de enfoques periodísticos, van a tener los votantes.

Se expone también la importancia equitativa del espectro radioeléctrico, por el cual se envían las ondas de Radio y Televisión de los medios de comunicación “Nadie es dueño del espectro, ni los gobiernos ni las empresas; son los Estados los que lo administran y lo hacen en función de los tratados internacionales” (Barrera, 2017, p.79).

El énfasis de la apertura de medios, recae en que esas frecuencias no deben estar en el control de los grandes medios de un país, sino que tiene que ser diversificada, para un manejo de comunicación que llegue a los diferentes lugares de un territorio nacional.

Siguiendo con el tema central, Barrera (2017) destaca la importancia de los medios locales para cubrir noticias específicas de la zona:

Existen cientos de medios independientes en distintos países, que son dirigidos por organizaciones barriales, estudiantiles, ambientalistas, feministas, campesinas, indígenas, defensores de derechos humanos, entre otras, y tienen a su cargo radios comunitarias, periódicos regionales, acceso a transmisiones por medio de la web, producen y difunden videos, impulsan el software libre, entre otras cosas (p.80).

Barrera (2017) al citar a García (2016), menciona que cada país tiene en su poder como dar el uso de las frecuencias a varias empresas o personas, sin embargo, destaca que se tiene que dar licencias a los medios comunitarios y asociaciones sin ánimo de lucro, esto con la finalidad de dar un pluralismo informativo en la prensa.

Por otro lado, la investigación de Vicky Luna Salas de la Universidad Estatal a Distancia (UNED), que trata el tema de “Medios regionales y agencias de publicidad: El planificador y su decisión al elegir un medio para pautar” del año 2007, deja en claro varios factores determinantes en la importancia de los medios de comunicación regionales en el país.

Según Luna (2007) la relevancia de los medios locales, en la investigación realizada es la siguiente:

Los medios regionales son claves para la democracia de un país, para que las regiones debatan y analicen temas de su interés. Ese análisis a la vez contribuye a una población más informada, con mayor poder de decisión, forjadora también, de una identidad propia y capaz de canalizar, a través de estos medios, sus iniciativas y solicitudes a las autoridades de los gobiernos regionales y centrales (p.18).

El peso de la cobertura electoral demostrada en el anterior párrafo, donde se atribuye una importancia a los medios locales, ya que, realizan una cobertura de la información de los gobiernos regionales y el central, la cual se remite directamente al público de la zona, que consume este tipo de medios de comunicación.

Además, se hace énfasis en la importancia para las empresas de pautar en los medios regionales en el país, donde se demuestra la importancia que pueden llegar a tener, según los datos investigados por Luna (2007):

El Colegio de Periodistas registró para el encuentro de medios 76 medios locales, alternativos y regionales. De estos tres tipos de medios, en la facturación de publicidad del año 2005 sólo registran nueve, con un total de \$367.000, unos 183 millones de colones al tipo de cambio de ese año. Lo que significa que [sic] en Costa Rica, además de la concentración de medios, también está la concentración de pauta publicitaria (p.42).

El impacto de los medios independientes sobresale cuando algunos de ellos tienen un importante sustento económico, lo que no solo refleja el dinero por las cifras de la investigación, sino el papel importante del rating de estos medios, el cual además de estar delimitado y concentrado en un área específica del país, llega a ser tan relevante que las empresas ven la necesidad de pautar en estas empresas.

La tesis presentada por Elsa Rodríguez Vargas sobre “Estudio de las implicaciones de la era digital en el crecimiento de los medios regionales: caso guana/noticias” en la Universidad Internacional de las Américas (UIA) en el 2018. La investigación se centra en conocer los medios digitales, y como esto sirve para que los medios regionales crezcan en este apartado, lo que se relaciona con esta tesis y el auge de los medios locales en el país y su importancia.

Lo presentado por Rodríguez (2018) en el inicio de su investigación, evidencia el desconocimiento general de los costarricenses por los medios regionales:

La era digital ha venido a transformar el periodismo, ya que abre un mundo de herramientas a la mano del periodista para generar contenido de una manera rápida y eficaz. Existen una gran cantidad de medios de comunicación regional en el país que la población no conoce y debería saber que existen (p.15).

La transformación de la era digital en la comunicación se ve reflejada en los medios regionales del cantón central de Puntarenas, donde la gran mayoría se apoya en nuevas herramientas, mientras que otros medios locales, siguen con otro tipo de formatos, como, por ejemplo, el de frecuencia de radio. Los medios de Puntarenas realizan mayormente transmisiones mediante streaming por la red social de Facebook.

Lo anterior mencionado, de la red social de Facebook, se resalta en lo siguiente: “se concluyó, que efectivamente Facebook es la red social donde se crea medios regionales, por personas que no son periodistas y lo hacen por una necesidad de comunicar lo que sucede en la región” (Rodríguez, 2018, p.14).

La nueva comunicación en línea según Rodríguez (2018) al citar a Franco (2009), donde habla sobre el Periodismo 2.0, donde este se traslada al Internet y deja de lado los monopolios informativos de los medios de comunicación tradicionales, y expandere la información, donde cualquier persona puede crear un medio digital.

Por otro lado, una misma tesis de la UIA bajo el título “Impacto del programa sello de garantía del Colegio de Periodistas de Costa Rica, en el desarrollo de los medios regionales, locales y especializados, durante el segundo semestre del 2019” escrito por Nayarith Francella López Cruz en el 2020, la investigación consiste en analizar la efectividad del programa del Colper en el beneficio de los medios regionales del país, parte fundamental para el crecimiento de la comunicación independiente.

Según López (2020) al citar a Salazar (2014), habla de los primeros registros de los medios regionales en el país, donde en los años sesenta se dan el nacimiento de El Clarín; en Turrialba en 1962 y La Voz del Pacífico en el año 1965; este último del cantón central de

Puntarenas, donde en esas fechas se ve como surgen nuevas ramas informativas para las comunidades y distritos del Pacífico Central.

También López (2020) resalta la importancia de los medios regionales en el siguiente párrafo:

Queda claro que los medios regionales y alternativos son de suma importancia para las regiones donde se desarrollan para dar a conocer las necesidades e inquietudes del pueblo, ya que estos se enfocan en temas que los medios tradicionales grandes, no cubren y descuidan las zonas más vulnerables del país (p.17).

En el territorio nacional los medios regionales representan una parte fundamental en la diversificación de la información, ya que todo lo que no se abarca en las grandes empresas de comunicación en Costa Rica, estos comunicadores independientes elaboran ese material periodístico y las centralizan en un sector específico de la población.

La capacidad de herramientas de comunicación de los medios independientes a los que hace referencia, la investigación de López (2020), queda reflejado en las siguientes palabras: “los medios regionales son meramente de una comunidad, hecho propiamente por un vecino de la región, en tema de información rural, existen mayormente los medios escritos y radioemisoras, no es común ver un progresivo avance de los medios televisivos” (p.48).

Por último, la investigación de tesis de Aníbal Francisco Salazar Cordero sobre el “Análisis noticioso de medios regionales, San Carlos Al Día y El Coronadeño Hoy” realizado en el 2014 en la UIA. Habla sobre el estudio que se centra, en el tratamiento de la información, sobre las notas creadas por dos medios locales, lo que es importante para esta investigación, pues analiza el comportamiento periodístico de dos medios independientes de otras zonas del país.

Relacionado con la cobertura de la elección municipal en el cantón de Puntarenas, Salazar (2014) dice lo siguiente:

Los medios de comunicación en Costa Rica como en otros países son fundamentales para el desarrollo de la sociedad, ya que por las informaciones que dan a conocer ejercen un cambio en ella, sanando sus vicios y malas prácticas que van en contra de los principios democráticos de un país (p.27).

La evolución de los medios regionales también es mencionada por Salazar (2014), donde habla sobre el surgimiento de estos medios en los años sesenta, y el declive presentado por impactos económicos, sin embargo, el investigador afirma que, a partir de 1974, se fundan los primeros medios consolidados del país en ese apartado, y son apoyados por sus comunidades, algo que actualmente se ve reflejado en los medios locales del cantón de Puntarenas, donde los porteños apoyan y sigue la variedad de sitios web informativos del lugar.

La poca información e interés por este tipo de medios de comunicación también se ve registrada en la tesis “En una visita realizada al Colegio de Periodistas de Costa Rica (Colper), se buscó información sobre la historia de estos medios en el país, y se pudo comprobar que la misma es sumamente escasa y limitada” (Salazar, 2014, p.28).

El conocimiento histórico en documentación sobre los medios regionales es casi nulo, y el interés por ciertos periodistas o investigadores sobre brindar información para el aporte informativo del país es poco, ya que, la búsqueda de estudios relacionadas con el tema en Costa Rica es muy escaso.

Antecedentes Internacionales

En las investigaciones fuera de las fronteras costarricenses, se encuentran estudios realmente de peso, donde se exalta la importancia de los medios regionales en campañas políticas regionales, por ejemplo, las elecciones de los municipios. Un ejemplo de esto es la investigación mexicana: “Sesgo noticioso en la cobertura de elecciones locales en los estados de Nuevo León y Colima”, mencionada en párrafos anteriores de esta investigación.

Según Flores et. al (2017), “si bien la emergencia de redes sociales y medios digitales favorece un equilibrio en la distribución de estos sesgos, los diarios regionales aún tienen un peso político importante en la cobertura de las campañas locales”. (p.169)

Como dice la cita, el peso de un medio de comunicación local, en la cobertura de elecciones locales, tiene mayor importancia por el público meta que maneja, ya que informa a una cantidad competente de votantes.

Por otro lado, la relevancia toma mayor peso en ciudades fuertes en el ámbito político como se recalca “los tres periódicos más influyentes de la ciudad dedicaron 85% del espacio

destinado a noticias sobre la elección a cubrir la campaña del candidato”. (Flores et. al, 2017, p.174)

A todo esto, los lugares más pequeños, y con menos interés de parte de los medios de comunicación posicionados, recurren a la prensa local, como indica el texto con lo sucedido en el estado de Colima; penúltimo estado más pequeño de México, con tan solo 498.890 votantes registrados en el padrón electoral al año 2015.

En el caso de este estado se aclara lo siguiente: “Los periódicos y los sitios de noticias en las web locales [sic] fueron los medios con la cobertura más extensiva de las campañas en este estado. La televisión nacional debió dividir su atención, en temas políticos, entre las 17 elecciones locales” (Flores et. al, 2017, p.175).

También se resalta lo siguiente “los periódicos locales constituyeron una fuente importante de información para el electorado de Colima durante la campaña”. (Flores et. al, 2017, p.175)

En contraposición se encuentra el estado de Nuevo León, uno de los más grandes del país, con 4.653.458 habitantes donde Flores et. al (2017), menciona que la televisión local de Nuevo León tiene una penetración informativa en los ciudadanos del lugar, esto da más énfasis a que los televidentes, sintonicen los programas y cobertura de los procesos electorales. Esto se podría delimitar a la situación de esta investigación en el cantón central de Puntarenas, donde hay 88.825 electores inscritos según datos del TSE, si bien es un dato de población inferior en relación a los habitantes de Nuevo León, se resalta la importancia de los medios locales en esa ciudad.

Siguiendo con la importancia informativa en las regiones, el siguiente trabajo de investigación “la información de las administraciones públicas locales en los medios regionales. Colombia, Región Caribe” de origen venezolano, escrita por Johanna Muñoz Lalinde en julio de 2019. Esta tesis explora la importancia de los medios independientes y hace énfasis en la conexión directa con política local.

Según Muñoz (2019) la importancia de medios en la zona es la siguiente:

Mientras que en la esfera nacional los medios de comunicación pertenecen a grandes conglomerados económicos como son los casos de los canales nacionales en Colombia, es decir, Caracol Televisión (de propiedad del Grupo Santodomingo) y RCN Televisión (de Ardila Lulle), en la Región Caribe colombiana los medios de comunicación de mayor circulación e impacto permanecen en manos de familias tradicionalmente vinculadas a la política o familias con negocios en otros sectores y que son nativos de esta zona del país (p.37).

Esto refleja una relevancia mayor de los medios locales en la Región Caribe colombiana, sobre las empresas grandes de comunicación, las cuales tienen un menor impacto en los votantes de esa zona en específico.

Además, se enfoca en el posicionamiento de los medios más antiguos del lugar, que contienen más confianza en los colombianos de esa zona, Muñoz (2019) menciona en la investigación algunos ejemplos: El Heraldito; periódico más antiguo de la Región Caribe, La Libertad; fundado en 1979, entre otros. Esos medios ya recolectan años de confianza en las personas, y su posición al cubrir elecciones políticas, es fundamental para el pensamiento general de los habitantes.

También se expone, que el contacto más fuerte entre la política local y los ciudadanos, son los medios regionales “Lo que se difunde en los medios locales impacta en las decisiones que toman los ciudadanos de una comunidad determinada, porque en estos espacios se difunden desde las noticias más importantes hasta la agenda del fin de semana” (Muñoz, 2019, p.70).

Muñoz (2019) al citar a Fernández (2001), destaca principalmente que la información local es más cercana para el público, en palabras simples, es aquella noticia que impacta directamente a los habitantes de un territorio en concreto, y como esto puede influir a una toma de decisiones en el ámbito comunitario.

Por último, en la investigación se hace énfasis en una de sus páginas sobre el periodismo local, también conocido como periodismo de proximidad en la parte democrática, según Muñoz (2019) al citar a Izquierdo (2010), las noticias locales acercan a los ciudadanos con sus ciudades, con sus representantes, vecinos y con la comunidad, porque son los que construyen una democracia local. Lo cual se atribuye a esta investigación, porque evidencia el factor del

acercamiento de las empresas informativas independientes, con la población a la que les brindan las noticias, al generar esa proximidad con las comunidades, en este caso, las del cantón central de Puntarenas.

Por otro lado, la investigación “La cobertura digital de una campaña electoral: Estrategia, narrativas y uso del periodismo móvil” del año 2017 y escrita por Pipo Serrano, da la fusión de cómo se cubren las elecciones en el apartado de nuevas tecnologías, lo que ocurrió con los medios de Puntarenas de esta investigación, donde usaron plataformas en línea para acercar a los votantes con los aspirantes a la alcaldía.

Según Serrano (2017) “Con la irrupción de la red aparece en escena un nuevo medio que hay que contemplar y usar adecuadamente. Se trata evidentemente de un canal distinto que no solo lee, se mira o se escucha sin más” (p.20).

Como bien lo dice el texto, el Internet es un canal diferente, que une todos los componentes de radio, prensa escrita y televisión, todo esto ayuda los medios regionales para llegar más a la audiencia, y con ese medio llevar la información a los votantes en las elecciones.

También da peso a como las coberturas electorales se deben realizar, Serrano (2017) menciona que se debía mostrar y observar la campaña integra y no solo lo que ocurría en el día de las votaciones, además de analizar la conversación entre la población y los políticos en las campañas.

El salto a nuevas tecnologías, también brinda a los medios de locales una herramienta extra para llegar a los consumidores de las noticias, esto lo refleja el artículo “El auge de los medios nativos digitales en Ecuador” escrito por Susan Morán para Fundamedios en el año 2015. Lo vinculante del artículo con esta investigación es la parte digital, ya que, la ACOP en el cantón de Puntarenas, hizo uso fuertemente de las nuevas comodidades para dar la cobertura de las elecciones.

Según Morán (2015) “el internet es terreno fértil para el periodismo. Aliado en las circunstancias más difíciles, la red ha impulsado el oficio a la innovación o ha sido el espacio para el periodismo desenfadado, provocador o que busca sobrevivir” (p.1).

La importancia de nuevas herramientas, como el internet, genera una proyección mayor para los medios regionales, ya que, pueden publicar las noticias de la comunidad en sitios web o en redes sociales, y captar más audiencia, por ejemplo, si un puntarenense se va vivir al Gran Área Metropolitana (GAM), pueden seguir al tanto de lo ocurrido en su región mediante el celular con una conexión a la red.

Lo demostrado por la investigación de Morán (2015), refleja la siguiente situación de medios en Ecuador:

En la actualidad, existen aproximadamente 60 medios de este tipo, según un mapeo realizado por Fundamedios hasta abril último. De sus resultados se desprende que en el país se hace periodismo en internet desde las cuatro regiones del país, con equipos mínimos o que pasan la docena, con recursos ajustados y deudas (p.1)

La investigación de Alfredo Fernández, María Gabriela Ramos y Mariana Navarro, sobre “Medios de comunicación tradicionales y digitales en el territorio santacruceño” publicado en el 2019. Ese proyecto consiste en analizar los medios en Santa Cruz, y como hacen un uso de nuevas o viejas tecnologías, mismo ejemplo que ocurre con el cantón de Puntarenas y sus medios regionales, donde la mayoría utilizan el Internet como herramienta comunicativa, mientras que existen comunicadores que lo hacen exclusivamente en frecuencia de Radio, como Radio Bahía.

Según Fernández et. al (2019), el público de estos medios tiene mayor participación por las nuevas tecnologías.

La participación de los usuarios se da a través de WhatsApp y la posibilidad de comentar las noticias posteadas en Facebook, Twitter e Instagram. La gran mayoría de los medios presentan enlaces a estas redes sociales desde sus artículos publicados en las versiones web (p.10).

Los medios de zonas específicas pueden adoptar nuevas herramientas para informar todo lo relacionado con el lugar, mismo hecho que pasó en Puntarenas con la alianza de ACOP, donde se apoyaron en nuevas tecnologías utilizadas por su público, como bien lo dice Fernández et. al (2019) “se puede afirmar que el acceso a la información ha variado radicalmente para las personas desde la popularización de internet” (p.3).

Proyecciones

En la investigación se proponen las siguientes proyecciones que se desean obtener, todo esto siguiendo la misma línea del tema principal de esta tesis sobre el manejo de la información de la elección municipal del cantón de Puntarenas 2020 por los medios de comunicación regionales de la zona.

- Mostrar la importancia de los medios regionales para la información de los ciudadanos.
- Ver cómo los medios regionales tienen un papel en la democracia al país con las elecciones municipales.
- Evidenciar como los votantes se informaron con los medios regionales.
- Mostrar las diferentes herramientas comunicativas empleadas en la cobertura de la elección municipal del cantón de Puntarenas 2020.
- Ver como el uso de nuevas tecnologías y redes sociales, facilitan la información de los medios regionales, para informar a su público.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

En el siguiente capítulo se desarrollará el marco teórico de esta investigación, donde en relación con lo investigado se tocarán los temas como medios de comunicación, el manejo de la información, elecciones municipales, los partidos que participaron las elecciones municipales del 2020 por el cantón de Puntarenas, entre otros temas que contempla el presente capítulo.

La importancia que tiene el desarrollo del marco teórico dentro de una investigación, queda explicada en el artículo “La construcción del marco teórico en la investigación educativa. Apuntes para su orientación metodológica en la tesis” escrito por las autoras Zulema Matos Columbié y Ceila Matos Columbié.

Según Matos et. al (2010), la relevancia del marco teórico en una investigación se resume en lo siguiente:

La elaboración del marco teórico en la investigación educativa es una necesidad, que permite al investigador encontrar los antecedentes y evolución histórica, de estos sobre su problema de investigación, así como los principales referentes teóricos que sustentan la solución que le busca desde la ciencia, al problema científico que investiga (p.92).

Medios de Comunicación

Para comprender los tópicos que se presentan en el capítulo del marco teórico, hay que ir capa por capa, ya que un medio de comunicación regional es una variante de lo que se conoce como medios de comunicación. El artículo escrito por María Estela Raffino bajo el título “Medios de Comunicación” publicado en el 2020, explica de manera completa qué es un medio de comunicación y lo que se deriva del significado, que, para usos de la presente investigación, ejemplifica detalladamente la definición para el entendimiento de los lectores.

Según Raffino (2020), la definición sobre un medio de comunicación queda expuesto en las siguientes palabras:

Un sistema técnico utilizado para poder llevar a cabo cualquier tipo de comunicación. Este término refiere normalmente a aquellos medios que son de carácter masivo, es decir, aquellos que brindan información o contenidos a las masas, como la televisión o la radio (párr.1).

En palabras simples, lo expuesto por Raffino (2020) en el artículo, un medio de comunicación tiene el principal poder de acaparar un público meta dependiendo de su influencia, un medio internacional como CNN, amplía las noticias a varias naciones alrededor del mundo, un medio nacional como Teletica; presenta noticias para todo Costa Rica, y por último un medio regional centra su público meta en una zona en específico para cubrir la información, por ejemplo, Puntarenas Se Oye, que cubre las noticias de la provincia de Puntarenas en Costa Rica, específicamente en el cantón central de Puntarenas.

La propia creación de los medios de comunicación surgió en las comunidades, según lo afirma Raffino (2020), “en muchas sociedades, fue importante la figura del “pregonero”, que se dedicaba a anunciar oralmente las principales noticias de un pueblo o ciudad” (párr.4). Lo anterior hace referencia a cómo nació la forma comunicativa, y cómo esta fue evolucionando con el paso de los años, al demostrar que las raíces de lo informativo empezaron desde las comunidades pequeñas.

Periodismo digital

El periodismo es una parte fundamental en los medios de comunicación, la cual se ha visto desplazada fuera de ellos a medios locales, donde muchos se alojan en el mundo digital, el libro titulado “Periodismo Transmedia” de los autores Denis Renó y Jesús Flores publicado en el 2018, explica el cambio que vive el periodismo con el avance de la tecnología y como este debe acoplarse a su nivel informativo.

Los autores Renó et. al (2018) al mencionar a Bauman (2001), explican como el Internet y la telefonía móvil han presentado un cambio en el mundo y en el campo de comunicación, en el cual se encuentra el periodismo con el cambio más grande, esto debido al surgimiento de las nuevas tecnologías en el mundo de la comunicación, además de sus consecuencias y evoluciones en el oficio profesional de periodista.

Al añadir a lo anterior, según Renó et. al (2018) este cambio también ha beneficiado al mundo del periodismo, como lo explica en la siguiente cita: “la comunicación, en espacios para difusión de contenidos, ha generado un nuevo apoyo desde la web 2.0, especialmente, con los blogs y plataformas de video como YouTube gracias a la creación de canales comunicacionales particulares” (p.10).

Como lo explican los autores en el anterior párrafo, la facilidad que los periodistas generen el contenido informativo en sus blogs o crear contenidos audiovisuales en canales propios de la red social YouTube, crea una nueva forma de comunicar y llegar a un público específico, de forma novedosa y diferente.

Medios de comunicación regionales

Los medios regionales representan una parte importante de la comunicación, ya que llevan la información a un público meta específico, para detallar toda la parte periodística de la zona en una región determinada.

Lo anterior queda respaldado por lo publicado por el medio Primero En Noticias, donde un artículo escrito por Obando (2014), recalca lo siguiente:

En cada región de nuestro territorio hay un medio de comunicación regional ya sea prensa escrita, televisiva, radial o digital ahora los pobladores no solo se mantienen informados del acontecer nacional sino también de lo que pasa en su comunidad (párr.1).

Los medios regionales en Costa Rica han brindado una opción más cercana e informativa para los lugareños de zonas, donde varios habitantes miran las noticias generadas por los medios locales. En Puntarenas se encuentran varios medios, el problema radica en que ninguna institución tiene información recopilada de estos medios regionales, ni siquiera el Colper tiene una base de datos amplia de esta información, lo que dificulta la obtención de estos datos. Sin embargo, para efectos de esta investigación se recopiló la información pública suministrada por los propios medios regionales, que se van a explicar a continuación:

Puntarenas se oye.

Puntarenas se Oye es un medio regional de redacción digital, que ha sido un medio corresponsal de canales como Teletica. Este medio se aloja principalmente en la red social de Facebook, donde es el medio local más grande de todo el cantón central de Puntarenas, con

139,160 seguidores. Bajo el dominio www.puntarenasseoye.com, publican noticias relacionadas con el área central de Puntarenas, además de noticias nacionales.

En sitio web de Puntarenas Se Oye (2015), explica lo siguiente sobre el medio:

Somos un medio de comunicación independiente que a través del periodismo ciudadano tiene como fin presentar la noticia desde distintas perspectivas, amparadas bajo una visión colectiva basada en los principios de diversidad e inclusión de todos los sectores de la sociedad costarricense (párr.1).

Noticias del Puerto.

Noticias del Puerto es un medio digital que se concentra en las noticias escritas en su sitio web, bajo el dominio www.noticiasdelpuertocr.com, además que su mayor herramienta de difusión de información es la red social de Facebook, donde alojan más de 133,072 seguidores en la plataforma.

Puntarenas Positivo.

Puntarenas Positivo, actualmente llamado Gestión Municipal Positivo, es dirigida por el periodista independiente, Christian Campos Lostalo, cuando formó parte de la Asociación de Comunicadores de Puntarenas (ACOP) tenía el nombre de Puntarenas Positivo, sin embargo, en el mes de septiembre del 2020, cambió su nombre a Gestión Municipal Positivo.

Este medio regional utiliza únicamente la red social de Facebook, y ahora cuenta con un espacio de dos horas en Cabletica, donde se emiten noticias e informaciones de varias municipalidades de la provincia de Puntarenas.

Radio Puerto TV.

Radio Puerto TV es un medio regional digital de Puntarenas, se concentra en transmisiones mediante streaming por la red social de Facebook, además cuentan con perfiles en otras redes sociales como Instagram.

Por otro lado, tiene su propio sitio web bajo el dominio www.radiopuertotv.net, donde realizan principalmente las transmisiones en vivo de sus programas y música por canal de audio las 24 horas al día, también dan la opción de transmisión con señal audiovisual, sin embargo, esta es habilitada solamente cuando los programas están en emisión.

Puntarenas Le Informa.

Puntarenas Le Informa es un medio regional especializado principalmente en publicaciones e imágenes subidas a su sitio principal, la red social de Facebook, este medio se concentra en publicar información relacionada con el cantón de Puntarenas. Este medio es importante para la investigación, ya que fue perteneciente a la unión de medios locales en las elecciones municipales del cantón de Puntarenas del 2020 por ACOP.

Canales de Comunicación

Los canales de comunicación son las formas que tienen los medios de comunicación para entregar la información a los consumidores de su contenido, el artículo escrito por Óscar Moreno para Instasent bajo el título “¿Cuáles son los canales de comunicación más efectivos?” publicado en el 2019, explica de forma detalla este significado, el cual tiene gran relevancia para el entendimiento de los lectores de la presente tesis.

Según Moreno (2019), la definición sobre ¿Qué es un canal de comunicación? Queda resumido en lo siguiente: “Los medios y canales de comunicación son el soporte que transmite la información desde el emisor, que es quien la envía, hasta el receptor, que es quien la recibe. Radio, prensa, televisión, internet, teléfono, e-mail, sms” (párr.1).

Los canales que tienen los medios regionales se centran principalmente en radio, prensa escrita, Internet y muy pocas veces televisión. Además, que, de los propios canales, se derivan nuevas formas de comunicar que nacen a través de ellos, como por el ejemplo el streaming o transmisiones en vivo, vinculadas directamente con el Internet como canal de comunicación masivo, que la mayoría de medios regionales utilizan para informar a las personas de una zona en general, algo muy común en los medios locales de Puntarenas.

Los anteriores canales de comunicación se explicarán a detalle a continuación.

Prensa escrita

La prensa escrita es de los medios más antiguos de comunicación que siguen perdurando a través de los años, el sitio web Impotancia.org hace un resalto exhaustivo de este tema, publicado en el 2014 bajo el título “Importancia de la Prensa”, el siguiente artículo detalla la definición de prensa escrita.

Según el sitio web Importancia.Org (2014), se explica la definición de prensa escrita a continuación:

La prensa, como formato, es el elemento mediante el cual nos llega impreso el trabajo informativo que realizan los periodistas. La importancia de estos papeles impresos reside en que [sic] gracias a ellos, una persona puede enterarse de qué está sucediendo en su ciudad, país e incluso en el mundo (párr.2).

En el cantón de Puntarenas existió un medio regional que utilizó el canal de prensa escrita para llegar a los puntarenenses, La Voz del Pacífico, el periódico que muchos años informó a los habitantes de Puntarenas. Actualmente no se tiene constancia de ningún medio de prensa escrita que siga en circulación para el pueblo puntarenense, uno de los medios regionales que mantiene este formato en el país es La Voz de Guanacaste.

Televisión

La televisión es clave para varios medios regionales, caso que no se aprovecha del todo en Puntarenas, sin embargo, algunos medios locales de Puntarenas trabajan con medios de comunicación nacionales para crear contenido en sus televisoras. Este canal fue uno de los más importantes durante años, y se ve en el surgimiento del mismo explicado por Ruffini (2020), “los medios gráficos fueron durante muchos siglos el principal medio de comunicación masiva, hasta la aparición de la televisión a principios del siglo XX” (párr.8).

La explicación de un medio audiovisual, como lo es la televisión, queda definida en las palabras de Raffino (2020) “medios cuyos mensajes pueden ser simultáneamente vistos y escuchados. Se basan en dispositivos tecnológicos que emiten imágenes y sonidos con el fin de transmitir la información” (párr.23).

El sitio web Importancia.org (2014) hace referencia a la importancia de la televisión, al publicar lo siguiente: “la televisión puede ser accesible para muchas más personas que otros medios y esto es así no sólo en términos económicos sino también en términos culturales” (párr.3). Lo anterior toma fuerza en el número de habitantes que no tiene acceso a medios como Internet, y la televisión resulta factible para todo tipo de público.

La televisión tiene como exponentes en el nivel nacional a canales como: Repretel, Teletica, Multimedia, Sinart, VM Latino, TD Más y muchos más. Mientras que en medios

regionales dentro de Costa Rica tenemos los ejemplos como: Anexión Tv, Colosal, Informativo Uno, Limón Tv entre otros, en el cantón central de Puntarenas ninguno cumple con estas características, ya que realizan mayormente streaming por Facebook Watch.

Radio

La radio es uno de los canales comunicativos más importantes en el nivel mundial. La creación de este medio queda expuesta en lo publicado por Raffino (2020), “en 1901 Marconi logró la primera comunicación radial trasatlántica y en 1906 Reginald Aubrey Fessenden transmitió desde Massachusetts, Estados Unidos la primera radiodifusión de audio de la historia mundial” (párr.11).

En Puntarenas solo se mantiene un medio bajo el formato radiofónico, transmitiendo en frecuencia 107.9 FM, Radio Bahía, mantiene operaciones con programación variada, aunque es escuchada mayormente por los programas deportivos y las transmisiones de fútbol del equipo de la zona; el Puntarenas Fútbol Club.

El medio radiofónico se basa en el audio, lo cual se explica a continuación: “es un medio que se basa exclusivamente en información transmitida bajo formato sonoro. Requiere un proceso de producción mucho más sencillo que la televisión.” (Raffino, 2020, párr.24). Bajo esa premisa, la radio es el canal de comunicación más sencillo para empezar a generar contenido, además, que ahora se expande gracias al auge del internet en todo el mundo.

Uno de los medios regionales de la actual investigación que utiliza una variante de la radio por frecuencia es Radio Puerto Tv, medio digital que aprovecha los streaming mediante Facebook Watch y emisiones de solo audio por el sitio web propio de ese medio local de Puntarenas.

Internet

El internet y su impacto en el mundo periodístico, cambió el mundo de la comunicación en general, en el libro “Internet para periodistas: Kit de supervivencia para la era digital” escrito por la autora Silvia Cobo y publicado en 2012, explica el cambio sufrido por los periodistas de antaño a este cambio, además, que brinda una serie de guías en la forma de adaptarse a este nuevo canal de comunicación.

La escritora Cobo (2014) explica este cambio en las siguientes palabras: “internet se ha convertido en una herramienta indispensable para cualquier periodista, trabaje en un medio o en un gabinete de comunicación” (p.16). Este nuevo canal de comunicación, como lo explica la autora, fue un cambio donde todos los periodistas se vieron involucrados en la parte profesional.

La autora también añade lo siguiente “Los profesionales de la información nos estamos enfrentando a los mismos retos que nos trae la Red: gestionar la gran cantidad de información disponible, generar contenido que nuestro público pueda y quiera consumir” (Cobo, 2014, p.16).

Por otro lado, la llegada del Internet cambió la forma en la que las personas se comunican día con día, también esto presentó un cambio en los medios de comunicación, como bien queda demostrado en lo mencionado por Raffino (2020). “Los medios digitales utilizan como soporte computadoras personales, celulares, tablets y otro tipo de dispositivos móviles, a través de los cuales se transmite información con una rapidez que aventaja a cualquier otro medio masivo de comunicación” (párr.26).

Como lo menciona las anteriores palabras de Raffino, la ventaja que presenta el Internet a los medios digitales es amplia, la misma facilidad que es aprovechada por la mayoría de medios regionales, ya que representa un menor costo para publicar contenido en los sitios web y redes sociales, además tiene la ventaja de la inmediatez y el impacto que puede generar los contenidos publicados en estas plataformas.

Según Raffino (2020), añade lo siguiente sobre la importancia del Internet en los medios de comunicación:

La información llega en segundos a miles de personas. Los medios digitales cumplen la función de informar y entretener. Algunos medios tradicionales se han ido adaptando a la realidad digital de este siglo, por lo que es posible encontrar contenidos televisivos y radiofónicos de manera online (párr.26).

Como bien dice el texto anterior, el salto de otros canales de comunicación al Internet ha sido amplio, varios medios regionales toman lo conocido por muchos y lo incorporan a sus sitios digitales, aunque varios medios independientes realizan televisión o radio, realmente utilizan las herramientas de streaming para crear programas y contenidos digitales.

Por otro lado, en la parte radial, alojan transmisiones de audio en sitios web propios, para emitir la señal desde los hogares o donde se encuentren los equipos de los medios locales. Por último, la redacción web, es similar a la prensa impresa de los periódicos físicos, con variantes en redacción y que las notas se alojan en el sitio web.

Herramientas de Comunicación

Las herramientas de comunicación se utilizan como forma de enviar el mensaje, que el medio de comunicación trabaja, el artículo bajo el nombre “Herramientas de comunicación y presentación de contenidos en pregrados virtuales colombianos” escrito por María Patricia Otero De Suárez, Clelia Pineda Baez y Gerait Paul Rees, y publicado en el año 2016, habla sobre las herramientas de comunicación que actualmente se utilizan para comunicar, lo cual detalla una parte fundamental de esta investigación.

Según Otero et. al (2016) “los desarrollos tecnológicos permiten un mayor empleo de formas variadas y creativas de representación de la información y del conocimiento” (p.67). Esto queda ejemplificado, en la era digital que viven los medios de comunicación regionales en Costa Rica, donde cada uno presenta la información de forma variada. También añade lo siguiente, en relación con el significado de Web 2.0 “su empleo facilita la participación, la distribución de roles y estimula el uso de diferentes tipos de medios audiovisuales participativos” (p.67).

Por otro lado, lo escrito por Laura Montero Corrales en el 2017 con el título “Facebook y Twitter: Un recorrido por las principales líneas de investigación”, aporta una perspectiva de como las nuevas tecnologías han contribuido al ámbito de las herramientas de comunicación.

Según Montero (2017), el canal de comunicación llamado Internet, cambió las formas en las que se emplean las herramientas de comunicación “en los últimos años, Internet ha permitido que los ciudadanos y organizaciones interactúen a través de plataformas que posibilitan una serie de prácticas de consumo, producción y circulación” (p.39).

Todo el cambio que se ha presentado con el avance de la tecnología, ha sido aprovechado por las personas y medios de comunicación, para comunicarse e informar inmediatamente sobre un hecho. Algunas de estas herramientas son las siguientes.

Redes Sociales

Las redes sociales han significado el nacimiento de varios medios de comunicación locales, debido a la factibilidad de crear y generar contenido en un medio regional. Las redes sociales según Otero et. al (2016), las define de la siguiente manera “Facebook, Twitter, Hi5 y Flickr, por mencionar algunos, son espacios de socialización colectiva que forman parte de la cotidianidad de los individuos modernos” (p.68).

El surgimiento de las redes sociales, presentó la creación de páginas o perfiles donde se publica y aloja la información para mayor accesibilidad de los usuarios, que es aprovechada por los medios regionales al no recibir grandes aportes económicos como los medios convencionales. El interés por los medios de comunicación queda expuesto en lo publicado por Montero (2017), “se puede observar con claridad un interés particular en identificar las empresas o medios de comunicación que han incluido en sus estrategias y en redes el uso de los medios sociales, además de una necesidad de describir los protocolos de uso por parte de ellas” (p.41).

Las redes sociales mayormente utilizadas por los medios regionales en Puntarenas son las siguientes:

Facebook.

La importancia de Facebook en Costa Rica es enorme, el artículo “Qué es Facebook, cómo funciona y qué te puede aportar esta red social” escrito por Raquel Rubín en el 2020, explica la relevancia de la red social más grande del mundo, lo que aplica al uso de este sitio para los medios regionales.

En síntesis, Facebook según Rubín (2020) queda ejemplificado en pocas palabras “la esencia de Facebook es muy sencilla: es una red que conecta personas con personas” (párr.8). Por otro lado, el aporte que esta red tiene con su modalidad de páginas es un beneficio para las empresas y medios de comunicación, a lo que se añade lo siguiente “Aunque Facebook ha estado y sigue estando orientado, sobre todo, a las personas, con el tiempo, las marcas, también han ido adquiriendo un peso importante a través de las páginas de Facebook” (párr.10).

Instagram.

La red social Instagram es utilizada por algunos medios regionales, la importancia sobre esa aplicación es el impacto que tiene en el público joven, como queda demostrado en el artículo

“Motivos para el uso de Instagram en los adolescentes” escrito por Gema Quintana Portilla y publicado en el año 2016.

Según Quintana (2016), define la red social de Instagram en las siguientes palabras, “Instagram (IG) es una Red Social Online, basada en una aplicación, para compartir fotos y vídeos desde un dispositivo móvil, preferentemente un teléfono” (p.7). Instagram es utilizada por los medios regionales: Radio Puerto TV y Puntarenas Se Oye.

Streaming

La herramienta predilecta por los medios regionales ha sido el streaming, una herramienta que ha sido incorporada en los últimos años a las redes sociales más populares del mundo, el artículo escrito por Fabián Ávila, con el título “¿Qué es y para qué sirve el Streaming?” publicado en 2019, explica en pocas palabras lo que es el streaming, y el porqué de su importancia.

Lo publicado por Ávila (2019) dice lo siguiente “el streaming simplemente es la tecnología que nos permite ver una señal de audio o video directamente desde Internet en una página [sic] o aplicación móvil sin descargarlo completamente a nuestro dispositivo para reproducirlo” (párr.5). La facilidad de crear estas transmisiones en vivo por los medios locales, hace que sea la opción predilecta para difundir la información en su público, el cual alojan en las redes sociales que permiten la opción de streaming, como, por ejemplo, Facebook.

Por otro lado, la publicación del periodista Richard Santa en Tv y Video sobre el tema “Facebook, herramienta para streaming” publicado en el 2019, brinda la explicación más efectiva de esta modalidad en los medios regionales.

Según Santa (2019), la importancia del streaming en la red social de Facebook recae en lo siguiente:

Esta herramienta permite satisfacer las necesidades de los realizadores de Facebook Live con varios tipos de interfaz que van desde una señal de entrada hasta cuatro, y si se desea, se puede seleccionar diferentes lienzos predeterminados para incorporar las señales (párr.3).

Las múltiples ventajas que brindan las nuevas tecnologías se fusionan para generar mayor impacto en el público. Facebook es la red social más utilizada en Costa Rica, si a esto le sumamos una herramienta sencilla de generar contenido audiovisual, como lo es el streaming de Facebook, tenemos la fórmula principal de la mayoría de medios regionales del país.

Sitios web

Los sitios web son el eje central de un medio de comunicación digital, ya que en este se encuentra recopilada y almacenada toda la información publicada por el medio de comunicación, para comprender el concepto, el artículo escrito por Alicia García de León, con el nombre “Los sitios web como estructuras de información: Un primer abordaje en los criterios de calidad”, presenta una definición concreta sobre los sitios web, misma herramienta que utilizan los medios regionales del país.

Según las palabras de García (2002), la definición sería la siguiente “los sitios Web son estructuras de información como tantas otras, con las características singulares que le aportan la hipertextualidad y su ubicación en un escenario diferente, de acceso múltiple y masivo como es el ciberespacio” (p.3). La facilidad de crear un sitio web y generar contenido es más sencilla de lo que parece, y esto lo aprovechan los medios regionales.

Crear un sitio web y utilizar la publicación de noticias o artículos bajo el sistema de blogs, es rentable para los medios de comunicación, ya que la publicidad y el tráfico de personas las atraen desde las redes sociales como Facebook, de ahí ingresan y ven los contenidos del sitio web.

También se añade lo siguiente “es un hecho que prácticamente cualquier persona puede publicar en la Web. Si a esto agregamos que la Web incorpora una forma revolucionaria para presentar la información” (García, 2002, p.3). Los pocos conocimientos que necesitan para crear un sitio web y empezar a publicar noticias, crea la facilidad de una exposición de medios regionales mayor, los cuales se centran en información de la zona para generar interacciones en el público que manejan.

Publicidad en Medios Regionales

El término de publicidad queda ejemplificado en la investigación “Medios publicitarios que influyen en el consumidor a la hora de adquirir un producto o servicio”, realiza por Jorge

Sotomayor Pereira, Luis Brito Gaona y Mayra Tenesaca Fajardo en el año 2018. Este artículo recopila diferentes puntos de la publicidad en los medios, lo que sirve para explicar cómo ha cambiado la pauta comercial con el paso de los años.

Según Sotomayor et. al (2018) la publicidad se define como “La publicidad es definida como la forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios, por un patrocinador identificado” (p.179).

Los medios de comunicación reciben las ganancias de la publicidad emitidas en los programas o contenidos que realizan, esto es más limitado en los medios regionales, ya que mayoritariamente la recaudación que recibe en este apartado es poca o casi nula.

Lo anterior se refleja en el siguiente texto:

Para que los medios regionales sean una opción mediática para la población y puedan contribuir en la democratización de la información, estos, como empresa privada que son, requieren recursos económicos para su existencia; esa fuente, por lo general, es la publicidad (Luna, 2007, p.19).

La publicidad que utilizan los medios locales se concentra en pequeñas y medianas empresas de la zona donde emiten los contenidos, que salen en formato de imágenes, contenidos audiovisuales o cuñas. También en los sitios web se encuentran las opciones brindadas por Google Analytics o simplemente subir un banner previamente diseñado, con algún patrocinador del medio regional.

Los medios regionales mayormente están alojados en la parte digital de la comunicación, por lo que contar con una cantidad grande de seguidores en sus sitios puede generar la sostenibilidad del medio local, ya que la publicidad digital es mayormente consumida por las personas que los medios de comunicación convencionales.

Lo anterior se refuerza por la conclusión de la investigación de Sotomayor et. al (2018), donde el impacto de la publicidad en medios digitales va en aumento.

Entre los medios convencionales, el Internet es el medio más utilizado por el 40% de encuestados. Este medio también interviene en la decisión de compra pues la población está conectado al Internet, utilizando blogs, sitios web y redes sociales (p.185).

Los contenidos digitales son una herramienta de la cual los medios pequeños pueden sacar un aporte económico, al financiar su contenido con la publicidad de negocios o empresas del lugar, ya que al tener un público meta específico de la zona, se vuelven una herramienta crucial para dar a conocerse en el comercio local.

Por otro lado, en materia de publicidad, medios convencionales como la televisión son cada vez menos consumidos, como refleja la investigación de Sotomayor et. al (2018), donde solo una cantidad pequeña de encuestados consume ese servicio “la TV es el medio de comunicación masiva sintonizado por el 20 % del total de encuestados, utilizado para comunicar bienes y servicios” (p.185). Esto queda demostrado en los párrafos finales del artículo, al concluir lo siguiente “Los medios no convencionales en el punto de venta causan un gran impacto que influye en la decisión de la compra” (p.186).

Publicidad en redes sociales

La forma de generar ingresos de los medios locales, se centra por la publicidad que pueden impartir en sus cuentas oficiales de redes sociales, esto las empresas lo ven como potencial al incrementar el conocimiento de su producto, servicio u empresa, en el público seguidor de estos medios. Lo anterior queda ejemplificado en el artículo “Publicidad en redes sociales: qué es, ventajas y beneficios” escrito por Nerea Boada en el 2019 para Cyber Click. El surgimiento de medios digitales trajo consigo una nueva forma de pautar para las empresas en estos nuevos medios digitales.

Según Boada (2019), el nuevo formato de publicidad digital en las redes sociales, queda desarrollado en lo siguiente:

Dentro de los planes de marketing digital, la publicidad en redes sociales o Social Ads es uno de los recursos más poderosos para conseguir nuestros resultados de negocio. Hoy en día, esta solución publicitaria se adapta a todo tipo de empresas, de presupuestos y de necesidades (párr.1).

Como bien lo explica el párrafo anterior, en la parte de publicidad de las empresas, ya entra en consideración un presupuesto específico para destinarlo en redes sociales o en páginas o sitios con gran tráfico de usuarios, con el fin de obtener ingresos y conocimiento de las personas en el lugar donde se invierta la publicidad.

También Boada (2019) añade lo siguiente “la publicidad en redes sociales consiste en mostrar anuncios pagados por marcas a los usuarios de una red social, ya sea entremezclados en el contenido o en forma de display” (párr.4). Este contenido también puede aparecer como “colaboración” entre la marca y la empresa de comunicación que lo publicita en su red social.

Google analytics

Una herramienta que es utilizada por los medios regionales y sitios web en general, es Google Analytics; también funcional en los canales de YouTube. El artículo “Google Analytics: una guía para usar la herramienta” escrito por André Mousinho y publicado en el año 2020, explica a fondo, esta opción que brinda la empresa Google, con el fin de monetizar y generar ingresos desde los sitios que se subscriban a esta herramienta.

Según Mousinho (2020), la explicación de la herramienta Google Analytics “es una plataforma de análisis de datos en línea de Google que, a partir de la instalación de un código en las páginas del sitio, recopila información de los usuarios y los transforma en informes” (párr.2). Esta plataforma captura los datos del sitio, para analizar el público meta que consume lo publicado para alinear los diseños publicitarios en el sitio.

También añade lo siguiente, sobre la importancia de la plataforma Google Analytics “es una excelente herramienta para entender mejor el público de tu sitio y medir los resultados de marketing digital, siendo una de las herramientas primordiales de una estrategia” (Mousinho, 2020, párr.3).

Manejo de la Información

El manejo de información es una parte fundamental que tienen que tener de conocimiento los medios de comunicación y los periodistas independientes, ya que el tratamiento que se le da a lo emitido por los sitios web o redes sociales, tienen que estar acoplados esos sistemas, para que la información publicada llegue de la mejor forma al público. El investigador Levin Torres Lebrato escribió el artículo “La gestión de información y la gestión del conocimiento” publicado en el 2015, donde toca diversos tópicos referentes al tratamiento de la información, explicándolo y dando la connotación de su importancia.

Para comprender la importancia del trabajo que lleva manejar la información de forma profesional y rigurosa, se destaca el siguiente texto sobre su definición “es el proceso de

organizar la información, evaluar, presentar, comparar los datos en un determinado contexto, controlar la calidad, veracidad, que sea oportuna, significativa, exacta y útil y que esté disponible en el momento que se le necesite” (Torres, 2015, p.97).

El trabajo de los medios de comunicación, en este caso los regionales y también el de los periodistas, es velar por el cumplimiento de un trabajo informativo bien realizado, al confeccionar los temas de interés público que se van a tocar y que vayan en relación con lo publicado, analizar las fuentes que se tomarán para sustentar las notas, además de generar un contenido claro, concreto y conciso para el público que frecuenta el medio local.

Además, Torres (2015) añade lo siguiente “se encamina al manejo de la información, documentos, metodologías, informes, publicaciones, soportes y otras actividades en función de los objetivos estratégicos de una organización” (p.97). La forma en el que se entreguen los materiales realizados para el público de la prensa local tiene que ser bien trabajado, por lo que se necesita generar contenido de calidad y bien respaldado por las fuentes que se busquen.

En relación con lo publicado por Torres (2015), el investigador amplía y recalca la importancia de este tema.

La gestión de la información y del conocimiento son procesos que se desarrollan de manera simultánea, tienen como propósito recolectar, transferir, asegurar y administrar el conocimiento desde el lugar donde se genera hasta el lugar en que se va usar e implica el desarrollo de las competencias necesarias al interior de las organizaciones para compartirlo (p.97).

Cobertura de Elecciones

La cobertura de las elecciones es un papel crucial que juegan los medios de comunicación en la democracia de un país, informar sobre los posibles jefes de estado de un siguiente Gobierno es el principal factor para entender la importancia que juegan en las decisiones de los votantes. El autor Martín Echeverría publicó en el 2017 la siguiente investigación “Infoentretenimiento periodístico en la cobertura de las elecciones. El caso de los debates presidenciales”, en su texto despliega diferentes aristas de lo realizado por los medios de comunicación tradicionales, y como esto cambia el panorama de las elecciones y de las decisiones de los votantes.

La prensa de los países centra la atención del público principalmente en debates, donde se llama a la gran mayoría de candidatos a un puesto en específico para empezar a realizar preguntas, cuestionamientos y choques de ideas entre ellos. Lo anterior queda expresado en el siguiente texto “La cobertura periodística de las elecciones se centra cada vez más en conflictos, escándalos, acontecimientos chuscos o cobertura de “carrera de caballos”, fenómeno identificado con el término infoentretenimiento” (Echeverría, 2017, p.113). El medio de comunicación según el autor, busca ir más allá de la información, al dar un espectáculo para generar controversia y atención en el público por lo que dicen los políticos.

Siguiendo el mismo concepto de cobertura electoral, algunos medios de comunicación aprovechan su notoriedad para generar cierto tipo de influencia en los votantes de un país o lugar, lo anterior lo afirman los autores Flores et. al (2017) en su investigación, donde aclaran lo siguiente “Al cubrir las campañas electorales mexicanas, algunos medios destacan ciertos atributos de los candidatos y partidos en campaña con el propósito de potenciar las aspiraciones de alguno de los contendientes” (p.169).

También Flores et. al (2017), añade la importancia que tienen en juego la prensa local y los medios digitales pequeños en las elecciones locales, al afirmar lo siguiente “Si bien la emergencia de redes sociales y medios digitales favorece un equilibrio en la distribución de estos sesgos, los diarios regionales aún tienen un peso político importante en la cobertura de las campañas locales” (p.169). Al haber varias opciones para cubrir las elecciones, los consumidores de las campañas electorales tienen diversas opciones informativas para elegir, además, de lo que dice el texto, el peso que tienen los medios regionales al cubrir las elecciones de sus ciudades es crucial para que los habitantes elijan un gobernante.

Por otro lado, Flores et. al (2017) deja claro la posición que toman los medios en tiempos de campaña electoral.

En tiempos de campañas electorales, los medios de comunicación suelen construir encuadres respecto de algunos atributos de los candidatos, lo cual tiene un efecto en las actitudes del electorado, en sus preferencias e incluso en sus expectativas acerca de la elección (p.170).

La cobertura de las elecciones tiene diferentes secciones, de las cuales en relación con esta investigación se destacan las que se muestran a continuación.

Debates

Los debates representan una de las actividades más utilizadas en tiempos de campaña electoral por los medios de comunicación, para comprender el concepto los autores Bernardo Vásquez, Claudia Pleguezuelos y María Mora, hacen mención de esto en “Debate como metodología activa: Una experiencia en educación superior” publicado en el año 2017. El artículo hace referencia a la importancia que logran tener los debates, como un canal de compartir diferentes tipos de pensamientos y posiciones.

Según Vásquez et. al (2017) explica lo que es un debate en el siguiente párrafo:

El debate se ubica como metodología activa de aprendizaje en el contexto de la argumentación. Desde la perspectiva pragmatialéctica es una actividad verbal, social y racional que apunta a convencer a un crítico razonable de la aceptabilidad de un punto de vista (p.136).

Los debates como explican los autores, se centran en la expresión de ideales de las diferentes personas que comparten el debate, donde enfrentan sus ideales para tratar de ganar la aceptación del debate y de su posición. Esto ayuda a los políticos a tratar de encajar sus ideales con el de los votantes, con la finalidad de obtener votos para tratar de alcanzar la victoria en las elecciones.

Según Echeverría (2017), los debates televisados que presentan los canales de televisión generan el siguiente ambiente comunicativo:

Los debates televisados se conciben como arenas o situaciones de interacción con carácter ritual, donde los discursos políticos se confrontan, difunden y evalúan públicamente bajo reglas específicas por parte de actores que buscan influir en la conducta de los votantes, mediante estrategias teatralizadas de autopresentación (p.115).

El párrafo anterior refuerza lo que se viene explicando en el tema de los debates, además de tratar de conseguir la mayor cantidad de candidatos posibles en un solo lugar, esto genera

expectación por el público y puede marcar definitivamente un voto o un acercamiento con lo expresado por un candidato.

Entrevista

La entrevista a los candidatos representa una parte importante que realizan los medios de comunicación, en este tipo de modalidad fue utilizada por la ACOP en las elecciones municipales del 2020, con la entrevista se tiene la posibilidad de conocer más a fondo al candidato, además, que permite la interacción de público. Los autores Laura Díaz, Uri Torruco, Mildred Martínez y Margarita Varela, explican la importancia de la entrevista en la investigación “La entrevista, recurso flexible y dinámico” publicada en el 2013.

En base a lo escrito por Díaz et. al (2013), el concepto de entrevista se explica en las siguientes palabras “La entrevista se define como una conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar” (p.162).

Como lo explican los investigadores en el párrafo anterior, la entrevista se trata de buscar un conocimiento más cercano con el entrevistado, en el caso de los políticos en tiempo de elecciones, es un método utilizado por los medios de comunicación para presentar al candidato, con la finalidad que los electores conozcan más de la persona, sus propuestas, sus formas de pensar y quién es.

La importancia en la entrevista a políticos, es recurrente en los medios de comunicación, la rentabilidad en audiencia también lo representa, caso como lo define la siguiente investigación española bajo el título “Programas matinales televisivos: un análisis cuantitativo de las entrevistas a políticos en TVE y Antena 3” escrita por los autores Itziar Reguero Sanz y Virginia Martín Jiménez y publicada en el año 2019.

La relevancia de los programas con espacios políticos queda explicada por los autores en siguiente texto “En 1994, Televisión Española (TVE) puso en marcha Los desayunos para ofrecer a la audiencia matinal contenido de actualidad política a través del debate y las entrevistas” (Reguero et. al, 2019, p.5). Con lo anterior mencionado, los programas matutinos españoles que generan este tipo de productos en la televisión, tienen un gran papel en el conocimiento de los habitantes sobre el panorama político que vive el país, de ahí la importancia de las entrevistas en este tipo de espacios.

Cobertura de elecciones en medios digitales

El surgimiento del Internet como un nuevo canal de comunicación, no solo trajo el surgimiento de medios digitales, como los propios medios regionales, sino que también, significó un cambio para todos los temas que abordaba la prensa tradicional de los países, este salto digital llevó consigo la cobertura de las elecciones. La investigación “La digitalización de la política y la vuelta de lo televisivo. El caso de los candidatos argentinos en Facebook” escrita por la autora Ana Slimovich en el año 2016, habla sobre como los medios convencionales han entrado en declive, mientras que el surgimiento de los medios digitales, ha cambiado la forma de la política en Argentina.

El panorama de los medios de comunicación en Argentina y la política del país sudamericano, queda escrita en las palabras a continuación “La crisis en los medios masivos y el surgimiento de medios con base en Internet ha generado mutaciones en los discursos políticos” (Slimovich, 2016, p.111).

Los medios de comunicación convencionales se han visto afectados por las nuevas tecnologías, y esto trajo una forma diferente de presentar el contenido en las elecciones políticas, que es aprovechado por los medios regionales.

Según Slimovich (2016), expresa lo siguiente bajo la misma idea de la cobertura que realizan los medios digitales en papel democrático de un país:

La expansión de los “nuevos medios” generaron nuevas formas de mediatización. Creemos que la digitalización de la política, esto es, la inserción de lo político en los medios con base en Internet, se encuadra en una nueva fase de la mediatización (p.112).

Por otro lado, las autoras Laura Cervi y Nuria Roca realizaron la investigación “La modernización de la campaña electoral para las elecciones generales de España en 2015. ¿Hacia la americanización?” que ayuda a comprender con otro punto de vista, como el abordaje de las elecciones en Internet es importante incluso para los propios candidatos políticos.

Según Cervi et. al (2016), explican el cambio del consumo de las elecciones y cómo los medios se acoplaron a las nuevas tecnologías.

Las campañas electorales tradicionales conviven ahora con las campañas electorales “online”. Los candidatos y los partidos políticos son conscientes de la necesidad de estar presentes en Internet y ser activos si quieren no sólo ganar unas elecciones, sino también combatir el desinterés que la ciudadanía siente por la política (p.133).

Los propios candidatos políticos son conscientes de la importancia de participar en debates y entrevistas en los medios digitales, ya que es una mayor exposición aparecer en esos medios para llegar a más electores.

Siguiendo con el mismo concepto las autoras añaden que “las tecnologías de la información y la comunicación se han convertido en un medio imprescindible en el que desarrollar las campañas electorales, lo que conlleva a una creciente actividad de los candidatos en la Red” (Cervi et. al, 2016, p.134).

Elecciones Municipales de Costa Rica

Según el TSE (2020) “Las elecciones municipales se refieren al proceso electoral mediante el cual elegimos a las personas que ocuparán los cargos de los gobiernos locales o municipales” (p.2). Lo anterior hace mención a lo explicado por el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) sobre el significado de las elecciones por los municipios de los 82 cantones del país.

Por otro lado, el artículo escrito por José Fernando Meneses Romero bajo el título “Elecciones municipales de Costa Rica 2020” y publicado en el mismo año, hace referencia a una parte más vivida de lo que pasó en las elecciones de las alcaldías de ese año en el país centroamericano.

Según Meneses (2020), así se vivieron las elecciones municipales en Costa Rica:

Las elecciones municipales en Costa Rica se desarrollaron sin mayores contratiempos y con un alto grado de abstencionismo el 2 de febrero. Siendo una de las primeras elecciones de este 2020 —después de las elecciones parlamentarias extraordinarias en Perú el pasado 26 de enero—, el proceso mantuvo la tendencia de baja participación que se ha venido registrando en años anteriores, con solo un 25.4% de votantes que acudieron a las urnas (párr.1).

La baja participación en las elecciones de Costa Rica es un tema que no solo queda para la campaña de los comicios locales, sino que es un tema general que vive el país en las elecciones nacionales cada 4 años. Los medios de comunicación junto con campañas generadas por instituciones como el TSE, tratan de minimizar los datos que arroja el anterior párrafo.

La importancia de las elecciones municipales en el país queda explicada a continuación “Estas elecciones son fundamentales, ya que es en nuestras comunidades donde vemos desarrollarse nuestros problemas y necesidades cotidianas, y es el Gobierno local el actor fundamental para su solución (TSE, 2020, p.2).

El TSE (2020), también añade la importancia de algunas funciones que realizan estos medios locales:

Es en el nivel municipal donde se tratan temas de desarrollo urbano y donde se prestan servicios relativos a orden, aseo e higiene comunitaria; construcción, administración, cuidado y seguridad de los espacios públicos. Además, los Gobiernos municipales tratan algunos temas que implican un estrecho vínculo con el Gobierno central en pro del desarrollo cantonal (p.2).

Como recalca el TSE, la importancia de las elecciones municipales es grande, más con la responsabilidad y estrecha comunicación que tienen del cantón al Gobierno de la República.

Historia

Las elecciones municipales en Costa Rica representan una de las partes fundamentales de la democracia del costarricense, este derecho que se ejerce en la nación, tiene varias décadas de existir y su importancia perdura hasta la actualidad, la investigación de la autora Eugenia María Zamora Chavarría bajo el nombre “De 1813 a 2016: 202 años de elecciones municipales” y publicada en el año 2015, representa un recopilado de la historia de las campañas cantonales en el territorio nacional.

Según Zamora (2015) al citar a Sibaja (2013), el inicio de las elecciones municipales queda explicado a continuación:

El domingo 6 de diciembre de 1813, con ocasión de una elección municipal, se da la primera participación ciudadana general en la historia de Costa Rica, hecho histórico que

el autor considera trascendental. Su valor histórico y su relación con los venideros comicios municipales amerita la casi totalidad de la transcripción del documento (p.40).

Para el año 2020 tenemos 207 años de historia de una primera participación de los costarricenses, en una participación para elegir el gobernante del ayuntamiento dentro del territorio nacional.

Siguiendo con el hecho histórico Zamora (2015) al citar a Sibaja (2013), detalla lo sucedido y evidencia lo que vivía la Costa Rica de 1813:

El 1.º de enero de 1813, iniciaron su labor ...varios nuevos ayuntamientos, y los ya existentes se vieron fortalecidos y democratizados. De acuerdo con una lista elaborada por el gobernador Juan de Dios Ayala ...el 28 de abril de 1813, en Costa Rica existían quince ayuntamientos...Los...de San José y Alajuela iniciaron ...actividades el citado 1.º de enero. Los de Heredia, Escazú y Bagaces ...también se hicieron presentes por primera vez...en esa fecha. No hemos podido localizar –o no se conservan– ...las actas de ese día de Heredia, Escazú y Bagaces, pero la probabilidad de que hayan comenzado el 1.º de enero surge de la disposición constitucional que ordenaba a los miembros de los ayuntamientos electos en diciembre del año anterior tomar posesión de sus cargos el primer día de enero (p.40).

Las bases de las municipalidades empezaron a tomar forma bajo los últimos y únicos registros existentes en actas que menciona el investigador Luis Fernando Sibaja Chacón. El texto sigue acompañado de lo que publica Zamora (2015) al citar a Sibaja (2013), que queda en evidencia el hecho histórico en el siguiente párrafo.

El cabildo de Cartago era el único de carácter no indígena que se conservaba de la época colonial. Sin embargo, para esta vetusta institución se inició también, el 1.º de enero de 1813, un nuevo período ... Igualmente, para los alicaídos cabildos de los pueblos de indios de Tres Ríos, Curridabat, Aserri, Pacaca, Barva, Térraba, Boruca, Orosi y Atirro ... sus actas ...no se conservan, tal vez por las precarias condiciones en las que se desenvolvían los marginados pueblos de indios (p.41).

La creación de estas primeras municipalidades llamadas ayuntamientos, no era más que una orden proveniente de la nueva constitución española, a lo que Zamora (2015) se refiere diciendo:

Al analizar la nueva constitución que exigía la instalación de gobiernos locales tanto en España como en sus dominios, pues disponía la obligación de crear ayuntamientos en los pueblos de un mínimo de mil almas y, eventualmente, en las poblaciones más pequeñas (p.41).

Este mismo hecho que se menciona anteriormente, significó uno de los primeros derechos democráticos al que tuvieron acceso los vecinos de las ciudades que se convertirían en los ayuntamientos.

Luego con el tiempo también se recalca el cambio de nombre que sufrieron estas instituciones y cuando empezaron a valer dentro del país.

Con la Ley Fundamental del año 18253 los ayuntamientos pasaron a denominarse municipalidades, razón por la cual también los comicios municipales de febrero de 2016 tendrán lugar durante el 191 aniversario de la creación formal, a partir del período de independencia, de las municipalidades en nuestro país (Zamora, 2015, pp.41-42).

Municipalidad

Para entender la función de una municipalidad como tal, junto con su definición el TSE (2020) lo explica en las siguientes palabras:

La municipalidad es una persona jurídica estatal que administra los intereses y servicios locales y posee autonomía política, administrativa y financiera según lo establece la Constitución Política. Además, tiene la tarea de fomentar la participación activa, consciente y democrática del pueblo en las decisiones del gobierno local. La jurisdicción territorial de la municipalidad es el cantón respectivo cuya cabecera es la sede del Gobierno municipal (p.3).

El cantón junto con los distritos de un municipio, queda bajo el orden y cuidado de este, para recoger recursos de sus pobladores e invertirlos en los lugares bajos en el que poseen administración las municipalidades en Costa Rica.

También se hace referencia a las bases de una municipalidad, la cual es el municipio, que queda explicada a continuación “Un municipio es un conjunto de personas vecinas residentes en un mismo cantón que promueven y administran sus propios intereses por medio del gobierno municipal” (TSE, 2020, p.3).

Las diferentes definiciones de los municipios, junto con su importancia es de gran relevancia para los habitantes del país, de ahí se despliega el poder que tienen los votantes de estos cantones para elegir los nuevos puestos de la municipalidad que estarán durante 4 años detrás de la gestión de las alcaldías.

Las funciones que comparten las municipalidades del país quedan detalladas por el TSE (2020) en las siguientes palabras “Dictar los reglamentos autónomos de organización y de servicio, acordar sus presupuestos y ejecutarlos, administrar y prestar los servicios públicos municipales, aprobar las tasas, los precios y las contribuciones municipales” (p.4).

Partidos Políticos

Para comprender qué es un partido político, el siguiente documento del Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) bajo el nombre “Constitución e inscripción de partidos políticos” explica a fondo con parte constitucional y leyes que legislan la República de Costa Rica, su importancia y la concepción de estos partidos.

Según el TSE (2014), haciendo mención del artículo 98 de la Constitución Política de Costa Rica (1949), la creación de los partidos queda explicada a continuación:

Los ciudadanos tendrán el derecho de agruparse en partidos para intervenir en la política nacional, siempre que los partidos se comprometan en sus programas a respetar el orden constitucional de la República. Los partidos políticos expresarán el pluralismo político, concurrirán a la formación y manifestación de la voluntad popular y serán instrumentos fundamentales para la participación política (p.3).

En Costa Rica existe el pluralismo político, donde varios partidos pueden ser inscritos en las campañas electorales que se realizan en el país, y participar de la democracia en la República. Estos partidos como lo explica el TSE en su sitio web oficial, pueden denominarse en partidos a escala nacional, partidos a escala provincial o partidos a escala cantonal.

El TSE (2014) también recurre a mencionar el artículo 49 del Código Electoral, que dice lo siguiente “Los partidos políticos son asociaciones voluntarias de ciudadanos y ciudadanas, sin fines de lucro, creadas con el objeto de participar activamente en la política nacional, provincial o cantonal según estén inscritos, y cumplen una función de relevante interés público” (p.3).

Con la definición de todo lo que lleva las elecciones municipales y los partidos políticos en Costa Rica, a continuación, se van a detallar los partidos políticos más importantes que formaron parte de la elección municipal por el cantón central de Puntarenas en el 2020.

Partido Liberación Nacional.

El Partido Liberación Nacional (PLN) fue el ganador en las pasadas elecciones municipales del 2020 en el cantón central de Puntarenas, lo anterior es oficial de parte del TSE (2020) en el documento de “Elecciones de alcaldía, lugar Puntarenas Central”, donde el PLN alcanzó 7.523 votos (23,40%) y su actual alcalde es Wilber Madriz.

El PLN es uno de los partidos políticos más antiguos y representativos de Costa Rica, para comprender qué es este partido, el documento “Partido Liberación Nacional: Estatuto” escrito por Gustavo Viales Villegas en el 2019, explica y recopila diferentes significados y normativas que rigen dentro del partido.

Según Viales (2019), el partido se explica en el siguiente párrafo:

El Partido Liberación Nacional es un partido democrático, popular, independiente, doctrinario y permanente. Se fundamenta en el ejercicio efectivo de la soberanía popular el respeto a la dignidad del ser humano. Representa el esfuerzo organizado y solidario del pueblo de Costa Rica, sin distinciones de sexo, raza, religión, o clase social, para promover, de acuerdo con sus principios doctrinarios y su ideología social demócrata expresada en su carta fundamental, el bienestar integral del pueblo costarricense (p.10).

Partido Unidad Social Cristiana.

El Partido Unidad Social Cristiana (PUSC), fue el segundo lugar del conteo de las votaciones de las elecciones municipales por el cantón central de Puntarenas, según el TSE (2020), el partido en este cantón tuvo 6.827 votos (21,24%), con ese resultado perdió la municipalidad que gobernaba desde el año 2016.

Según la publicación del PUSC (2020) en su sitio oficial, bajo el título “Partido Unidad Social Cristiana: Estatuto” explica a detalle el significado del partido y sus objetivos que se definen en el siguiente párrafo:

El Partido Unidad Social Cristiana, en lo sucesivo denominado "el Partido", tiene carácter nacional y está organizado de acuerdo con la Constitución Política y la legislación electoral vigente. El Partido se inspira en el Humanismo y los principios socialcristianos y se enmarca en las aspiraciones de libertad, solidaridad, progreso, democracia, justicia social y paz que caracterizan al pueblo costarricense. El Partido no subordinará su acción política a las disposiciones de organizaciones o estados extranjeros, y promete formalmente respetar y defender la Constitución Política, el estado social de derecho y el sistema de democracia representativa de la República de Costa Rica (párr.1).

Unión de puntarenenses emprendedores.

Por último, el tercer partido que tuvo gran relevancia en las elecciones municipales de Puntarenas del 2020, fue la Unión de Puntarenenses Emprendedores (UPE), partido cantonal que según información del TSE (2020) el partido obtuvo un total de 4.333 votos (13,48%).

Según el documento “Estatuto: Unión de Puntarenenses Emprendedores”, UPE (2020) el significado de su partido queda expresado a continuación:

El partido Político UPE se constituye bajo el concepto de modernizar y actualizar al Gobierno Local del Cantón de Puntarenas. Se pretende rescatar los valores de la idiosincrasia pesquera, los cuales son determinantes para lograr un desarrollo sostenible. Pretendemos involucrar a la ciudadanía en la toma de decisiones y convertir así al gobierno local en un gobierno inclusivo. Pretendemos convertir al gobierno en un ente de desarrollo para todos los sectores, fortaleciendo el papel de la mujer, de las personas con algún tipo de discapacidad y al sector de pescadores artesanales y afines (p.2).

Como explica el párrafo anterior, sobre el partido UPE, este es un partido cantonal, y que tuvo gran participación en las elecciones municipales del cantón central de Puntarenas, donde consiguió el tercer lugar en las votaciones.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico tendrá la finalidad de elaborar y definir el enfoque, método, fuentes, instrumentos y demás apartados que se utilizarán para la recolección de los datos que nutrirá esta investigación, con la finalidad de fundamentar las incógnitas planteadas en la presente tesis.

La definición de marco metodológico según Luis Mata Solís en “Marco metodológico de investigación” publicado en el 2019, dice lo siguiente: “aunque ocupa un capítulo particular dentro de la estructura de todo reporte de investigación, el marco metodológico guarda relación con los demás elementos del proceso investigativo y, particularmente, con el planteamiento del problema y la perspectiva teórica” (párr.4).

Hilando toda la investigación sobre la importancia de los medios de regionales en Puntarenas en las elecciones municipales del 2020, llega este apartado para demostrar cómo, con qué y de quiénes, se obtendrá la información de la investigación.

Enfoque de la Investigación

Los diferentes enfoques en los que puede estar basado una investigación son: cualitativos; examina los hechos y después desarrolla la teoría, cuantitativos; comienza con una perspectiva teórica para comprobarla empíricamente, y mixtos; que es la fusión de los dos enfoques previamente mencionados.

Los enfoques de una investigación quedan explicados por los autores Roberto Hernández, Carlos Fernández y Pilar Baptista, en libro bajo el título de “Metodología de la investigación” publicado en el año 2014, donde hace referencia a los enfoques cualitativos, para generar un mayor entendimiento, de las personas que están elaborando una investigación o que quieren instruirse sobre el tema.

Según Hernández et al. (2014), en referencia enfoques cualitativos y cuantitativos, los define a continuación: “ambos enfoques emplean procesos cuidadosos, metódicos y empíricos en su esfuerzo para generar conocimiento, por lo que la definición previa de investigación se aplica a los dos por igual” (p.4).

Enfoque cualitativo

Para efectos de este estudio el enfoque elegido para la siguiente investigación será cualitativo, esto con la finalidad de dar respuesta al tema sobre “El manejo de la información de la elección municipal del cantón de Puntarenas 2020 por los medios de comunicación regionales de la zona” y sus objetivos previamente establecidos, como lo es demostrar la importancia informativa de los medios regionales con la elección municipal 2020 del cantón de Puntarenas.

Este enfoque se seleccionó, porque los instrumentos que contiene este tipo de investigaciones, es el mismo que se busca desarrollar con lo planteado en anteriores párrafos. Buscar a las personas que formaron parte crucial de ACOP, junto muestras de las páginas informativas y la reacción del público que observó la cobertura de las elecciones en el cantón, lo cual encaja perfectamente con el enfoque cualitativo.

La finalidad de escoger el enfoque cualitativo para que guíe el proceso de la recolección de datos, queda ejemplificada en el siguiente párrafo:

El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos (Hernández et. al, 2014, p.7).

En relación con lo que ejemplifica la investigación de Hernández et. al (2014), añade lo siguiente “La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio” (p.7).

Método de la Investigación

Los tipos de diseño en una investigación son variados, en el enfoque cualitativo se dividen en los siguientes: teoría fundamentada, etnográfico, fenomenológico, investigación-acción y narrativos. Cada uno constituye un diseño diferente en el que puede ir direccionada la investigación cualitativa.

Lo que contempla el diseño de la investigación en general lo define Hernández et. al (2014) en uno de sus párrafos, donde dice lo siguiente “el término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema” (p.128).

Diseño narrativo

El diseño la investigación que se utilizará es narrativa, ya que este es el tipo de diseño más acertado para el lineamiento de conocimiento que busca obtener esta tesis. Porque trata de entender con los hechos las perspectivas de las personas, que en este caso se adjudica a lo sucedido con la cobertura de la elección municipal del 2020 en el cantón de Puntarenas.

La investigación de Hernández et. al (2014) habla sobre el diseño narrativo en su definición en lo siguiente “los diseños narrativos pretenden entender la sucesión de hechos, situaciones, fenómenos, procesos y eventos donde se involucran pensamientos, sentimientos, emociones e interacciones, a través de las vivencias contadas por quienes los experimentaron.” (p.487). Mismos principios que intenta obtener esta investigación con los comunicadores que formaron la ACOP en Puntarenas.

Fuentes de Información

Para la recolección de datos sustenten la información, se entrevistará a los medios de comunicación principales que formaron ACOP para la elección municipal del 2020, esto con el objetivo de comprender el papel que jugó esta asociación en la cobertura de las votaciones.

Los medios regionales y las personas encargadas de comunicación de ACOP que tomará en cuenta esta investigación son las siguientes: Radio Puerto Tv; Klever Ramos, Noticias del Puerto; Andrés Garita, Puntarenas Se Oye; Miguel Martínez, Puntarenas Le Informa; Erick Rodríguez y Periodista Independiente; Christian Campos.

Por otro lado, los datos e información sobre la cobertura realizada por la ACOP, se utilizará como principal evidencia del impacto generado por los medios regionales en la cobertura de la elección municipal de Puntarenas.

Muestra de la investigación

La muestra que se utilizará contempla a los principales medios regionales de Puntarenas, que, para esta investigación, se escogieron a los que cuentan con mayor número de seguidores de los que conformaron la ACOP, para aportar un sustento real en la base informativa que se está elaborando para lo que se está investigando.

Según Hernández et. al (2014), en relación a la muestra de una investigación, explica que se realiza “En un estudio cualitativo, las decisiones respecto al muestreo reflejan las premisas del investigador acerca de lo que constituye una base de datos creíble, confiable y válida para abordar el planteamiento del problema” (p.382).

En esta investigación la muestra se concentra en cinco medios regionales seleccionados, esto con el fin, de demostrar todos los puntos e incógnitas de lo que se viene planteando en este tema y en la relevancia que jugaron los medios locales en la elección cantonal de Puntarenas en el 2020.

Además, el autor anteriormente mencionado añade lo siguiente:

Las primeras acciones para elegir la muestra ocurren desde el planteamiento mismo y cuando seleccionamos el contexto, en el cual esperamos encontrar los casos que nos interesan. En las investigaciones cualitativas nos preguntamos qué casos nos interesan inicialmente y dónde podemos encontrarlos (Hernández et al., 2014, p.384).

Criterios de inclusión y de exclusión

Las características que tendrán los medios regionales para se alinea con el interés público generado y la importancia para el aporte de esta investigación, ya que los seleccionados poseen mayor reconocimiento y relevancia social en Puntarenas que los que se excluyeron.

Criterios de inclusión:

- Se incluye solo los siguientes medios de regionales que conformaron ACOP: Radio Puerto Tv, Noticias del Puerto, Puntarenas Se Oye, Puntarenas Positivo y Puntarenas Le Informa.
- Se incluye los datos e información pública sobre las coberturas de ACOP.

- Se incluye páginas de los medios regionales de Puntarenas que conformaron ACOP para su análisis.

Criterios de exclusión:

- Se excluye estos medios de regionales que conformaron ACOP: Usted Se Informa, Antena Porteña, Conozcamos Puntarenas, Puntarenas Pura Vida, Hablando Al Chile, Puntarenas la Perla del Pacífico y Montes de Oro Tv.
- Se excluye a los medios de regionales que no conformaron ACOP.
- Se excluye datos e información que no fue realizada por las coberturas de ACOP.
- Se excluye páginas de medios regionales de Puntarenas que no pertenecieron a la ACOP.

Tabla 1. Unidad de Análisis

Objetivo	Categoría	Subcategoría	Definición Conceptual	Instrumento	Ítem
Definir el alcance proyectado por los medios regionales del cantón central de Puntarenas en sus transmisiones.	Demostrar el alcance del trabajo realizado por los medios regionales.	-Cuanto alcance establecieron los medios regionales. -Público Meta establecido.	Según el Diccionario de la Real Academia Española (2020), definir es “Fijar con claridad, exactitud y precisión el significado de una palabra o la naturaleza de una persona o cosa”.	Entrevista semiestructurada y grupo focal.	
Identificar las herramientas de comunicación	Identificar las herramientas comunicativas utilizadas.	-Equipo utilizado por los medios regionales.	Según la RAE (2020), Identificar se define como “Hacer que dos o	Análisis de contenido y entrevista semiestructurada	

implementadas por los medios regionales para informar a la población.		- Herramientas de comunicación utilizadas.	más cosas en realidad distintas aparezcan y se consideren como una misma”.	ada.	
Establecer el impacto de los medios locales en la elección de la alcaldía de la Municipalidad de Puntarenas.	Establecer el impacto de los medios regionales sobre el público.	-Analizar reproducciones, y comentarios. -Interacción del público. - Interés del público.	Según la RAE (2020), la palabra impacto, significa “Efecto producido en la opinión pública por un acontecimiento, una disposición de la autoridad, una noticia, una catástrofe, etc”.	Entrevista semiestructurada, análisis de contenido y grupo focal.	

Nota: Elaboración personal.

Instrumentos

En el siguiente apartado se explicarán y mostrarán los instrumentos que se tomaron en cuenta para la investigación, con ellos se realizará la recolección de datos para sustentar la información que se exponga y se recopile en general.

Entrevista semiestructurada

La entrevista es un instrumento de importancia para la recolección de datos e información, misma que para esta investigación es fundamental, ya que conocer de primera mano las opiniones de los participantes y fundadores de la Asociación de Comunicadores de Puntarenas (ACOP), es de gran relevancia para los cuestionamientos que se plantearon con anterioridad. Según Hernández et al. (2014) la entrevista “se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (p.403).

Entendiendo qué es la entrevista, el mismo autor Hernández et al. (2014) explica que existen tres tipos de entrevista que se pueden utilizar en una investigación cualitativa, esos son: las entrevistas estructuradas, las entrevistas no estructuradas o abiertas y las entrevistas semiestructuradas, esta última, es la que se eligió como instrumento para realizar las entrevistas a los medios de comunicación que participaron en la ACOP para abordar las elecciones municipales del 2020 en el cantón central de Puntarenas.

Comprender qué es y cómo se trabajan este tipo de entrevistas, queda ejemplificado en las siguientes palabras: “las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información” (Hernández, et al. 2014, p.403).

La entrevista semiestructurada brinda flexibilidad al entrevistador, por la forma en la que permite plantear más cuestionamientos al entrevistado u formular una consulta derivada de una respuesta, no sigue un esquema rígido, sino que se puede acoplar al tipo de entrevistado y preguntas que se estén realizando en el momento. Misma interacción que busca esta investigación, para tener más cercanía con los entrevistados y si surgen consultas en la entrevista, poder realizarlas sin ningún problema.

Tabla 2. Participantes de las Entrevistas

N	Entrevistado	Seudónimo	Profesión	Relación con la investigación	Fecha/lugar de la entrevista
1	Andrés Garita	Garita	Comunicador	Dueño del medio regional Noticias del Puerto, fundador de ACOP.	17/10/2020 vía Telefónica.
2	Christian Campos	Campos	Periodista	Periodista independiente, fundador de ACOP.	15/10/2020 vía Zoom.
3	Klever Ramos	Ramos	Comunicador	Gerente de Radio Puerto TV, integrante de ACOP.	19/10/2020 vía Zoom.

4	Miguel Martínez	Martínez	Comunicador	Dueño del medio regional Puntarenas Se Oye, integrante de ACOP.	18/10/2020 vía Telefónica.
5	Erick Rodríguez	Rodríguez	Comunicador	Dueño del medio regional Puntarenas Le Informa, integrante de ACOP.	17/10/2020 vía Zoom.

Nota: Elaboración personal.

Análisis de contenido

En el análisis de contenido de esta investigación se centrará en dos páginas de la red social de Facebook, de dos de los medios regionales que conformaron la ACOP. Los medios regionales escogidos para realizar el análisis van en relación con la investigación que se está realizando, de ahí su importancia. Lo que se tomó en cuenta para escoger esos medios locales y por qué utilizar este instrumento, se centra en la interacción en general que tuvo el público en las transmisiones de la ACOP en esas páginas y número de reproducciones en los streaming que elaboraron y emitieron, esto con el fin de medir el impacto generado por esos medios pertenecientes a ACOP.

Este análisis, se enfocará en visualizar el impacto generado por los medios regionales seleccionados en este instrumento, y así, determinar el impacto real que tuvieron estos medios locales, al llevar la información al público al que apuntaron en las emisiones del abordaje de las elecciones municipales del cantón de Puntarenas en el 2020.

Por otro lado, para comprender realmente qué es el análisis de contenido, el artículo “Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada” escrito por el doctor Jaime Andréu Abela, explica detalladamente este instrumento para la comprensión de las personas a la hora de utilizarlo u de los electores, verlo.

Según Abela (2002), la definición de este instrumento queda explicada a continuación:

El análisis de contenido en un sentido amplio, que es como lo vamos a entender en este trabajo, es una técnica de interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, pintados,

filmados..., u otra forma diferente donde puedan existir toda clase de registros de datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos, videos,... [sic] el denominador común de todos estos materiales es su capacidad para albergar un contenido que leído e interpretado adecuadamente nos abre las puertas al conocimientos de diversos aspectos y fenómenos de la vida social (p.2).

Además, el autor añade lo siguiente, para cerrar la idea del párrafo anterior, al brindar una perspectiva más acorde con la participación del método científico:

El análisis de contenido se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y valida (Abela, 2002, p.2).

Grupo focal

Para este instrumento, se toma como referencia un grupo focal de cinco personas, las cuales tuvieron acceso a la información emitida en el abordaje de las elecciones municipales que realizó la Asociación de Comunicadores de Puntarenas (ACOP), estas personas además de observar la cobertura de las elecciones en estos medios locales, son consumidores regulares de los medios de comunicación que plantea esta investigación.

Para comprender qué son los grupos focales o grupos de enfoque, el autor Hernández et al. (2014), lo definen de la siguiente manera:

Algunos autores los consideran como una especie de entrevistas grupales, las cuales consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos (tres a 10 personas), en las cuales los participantes conversan a profundidad en torno a uno o varios temas en un ambiente relajado e informal bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales (pp.408-409).

Estas entrevistas grupales, como ejemplifica el autor en el párrafo anterior, sirven para medir esa interacción que pueden lograr las personas pertenecientes a ese grupo focal como tal. Esto mismo dará una percepción de los consumidores de estos medios regionales de Puntarenas, que, a su vez, beneficiará a la investigación con lo que respondan los integrantes de los grupos de enfoque.

Además, el autor anteriormente mencionado añade lo siguiente: “Más allá de hacer la misma pregunta a varios participantes, su objetivo es generar y analizar la interacción ente ellos y cómo se construyen grupalmente significados” (Hernández et al., 2014, p.409).

La interacción generada por los participantes del grupo focal, junto con sus opiniones sobre el tema y las respuestas a los cuestionamientos, servirá a esta investigación para añadir la parte de los consumidores, de los medios regionales en Puntarenas.

Tabla 3. Participantes del Grupo Focal

Nombre	Seudónimo	Edad	Sexo	Residencia	Fecha/lugar
Elías Jiménez Campos	Jiménez	21 años	Masculino	San Ramón	16/10/2020 Vía Zoom.
Allan Mesén Recio	Mesén	21 años	Masculino	Puntarenas	16/10/2020 Vía Zoom.
Aaron Mesén Recio	Recio	21 años	Masculino	Puntarenas	16/10/2020 Vía Zoom.
Shamir Rodríguez Vargas	Rodríguez	20 años	Masculino	Puntarenas	16/10/2020 Vía Zoom.
Benjamín Blanco Manley	Blanco	20 años	Masculino	Puntarenas	16/10/2020 Vía Zoom.

Nota: Elaboración personal.

Proceso para la Recolección y el Análisis de Datos

El proceso realizado para la recolección y el análisis de datos de esta investigación, se explicará en los siguientes párrafos, añadido a esto, se hace énfasis en que los instrumentos fueron utilizados en plena pandemia de Covid-19, por lo que la captación de información se realizó mediante métodos tecnológicos y plataformas digitales.

Entrevista semiestructurada

Se realizaron cinco entrevistas semiestructuradas, con la finalidad de tener mayor amplitud de realizar preguntas, en este caso, los entrevistados fueron: Andrés Garita; Noticias del Puerto, Christian Campos; periodista independiente, Miguel Martínez; Puntarenas Se Oye, Erick Rodríguez; Puntarenas Le Informa y Klever Ramos; Radio Puerto Tv. Estas entrevistas tuvieron

su base en la plataforma Zoom y otras vías telefónicas, acoplándose al acceso que tenían los entrevistados en el momento.

Análisis de contenido

El análisis de contenido se realizó día 12 de octubre del 2020 a dos de las páginas relacionadas con la Asociación de Comunicadores Puntarenenses (ACOP), en este caso fueron Puntarenas Se Oye y Antena Porteña, de estos medios regionales se captó ocho capturas y analizó los trabajos que realizaron los comunicadores de la zona, respecto a lo planteado por la investigación.

En este instrumento, se optó por analizar el contenido de dos medios regionales, esto seleccionando al medio regional más grande de Puntarenas y a la página informativa Antena Porteña; la cual tuvo gran interacción en la cobertura que realizó la ACOP en simultáneo.

Grupo focal

El grupo focal se realizó el día 16 de octubre del 2020, al contar en total con cinco personas que se conectaron de forma simultánea por la plataforma Zoom, el grupo focal fue constituido por: Elías Jiménez, Benjamín Blanco, Aaron Mesén, Allan Mesén y Shamir Rodríguez. Estas personas presenciaron la cobertura ampliada que realizaron los medios regionales en Puntarenas, de ahí su escogencia e importancia para fundamentar la investigación elaborada.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

El presente capítulo mostrará el proceso de recolección de datos de la actual investigación, para la obtención de información se utilizaron los instrumentos: entrevista semiestructurada, análisis de datos y grupo focal, esto se llevó a cabo en el mes de octubre del 2020.

Para comprender el análisis de resultados, el siguiente autor lo especifica en este párrafo:

En el análisis de los datos, la acción esencial consiste en que recibimos datos no estructurados, a los cuales nosotros les proporcionamos una estructura. Los datos son muy variados, pero en esencia consisten en observaciones del investigador y narraciones de los participantes (Hernández, 2014, p.418).

Teniendo en cuenta lo que va a contener este capítulo, junto con la definición del análisis de resultados, a continuación, se incluye la tabla con las unidades de análisis y las categorías, que servirá para complementar la investigación con la información recolectada.

Tabla 4. Unidad de Análisis y Categorías

Unidades de análisis	Categorías
----------------------	------------

Demostrar el alcance del trabajo realizado por los medios regionales.	<ul style="list-style-type: none"> • Cuánto alcance establecieron los medios regionales. • Público meta establecido.
Identificar las herramientas comunicativas utilizadas.	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo utilizado por los medios regionales. • Herramientas de comunicación utilizadas.
Establecer el impacto de los medios regionales sobre el público.	<ul style="list-style-type: none"> • Interacción del público. • Interés del público.

Nota: Elaboración personal.

Unidad de Análisis 1: Demostrar el Alcance del Trabajo Realizado por los Medios Regionales

En esta primera unidad de análisis se busca demostrar el alcance del trabajo realizado por los medios regionales, la cobertura de las elecciones municipales generó un trabajo de unión y esfuerzo en los medios locales de Puntarenas, además de su unión al formar la Asociación de Comunicadores de Puntarenas (ACOP), con esto en mente, de palabras de los entrevistados se buscará demostrar lo anteriormente mencionado. A continuación de desarrollarán las categorías de esta unidad.

Cuánto alcance establecieron los medios regionales

Primero, hay que empezar con el alcance que establecieron los medios regionales en Puntarenas al cubrir las elecciones municipales del cantón en el 2020, a partir sobre el alcance proyectado por ellos mismos al empezar a realizar las entrevistas a los candidatos y darle esa información al público puntarenense.

Básicamente informarle prácticamente a todo el cantón central de Puntarenas. Aquí en el cantón central de Puntarenas prácticamente fue bien acogido ese tipo de entrevistas, la meta era llegarle a todo el público que pienso que así se logró, aunque en el momento no se conectaban todas las personas del cantón de Puntarenas, pero en su momento sí lograron observarlo porque eso queda guardado (Garita, entrevista, 2020).

Las anteriores palabras de uno de los fundadores de ACOP, el comunicador y dueño del medio regional Noticias del Puerto, Andrés Garita, habla sobre el alcance principal, el cual era llevarle la información a todas las personas que viven en el cantón central de Puntarenas. El trabajo realizado según sus palabras, se logró, al emitir este tipo de contenidos en simultáneo por los medios locales más importantes de la zona, por ejemplo, su propio medio es uno de los que cuenta con más seguidores en todo el cantón, de ahí la relevancia y connotación del mismo para la investigación.

El entrevistado también añade una de las facilidades que presenta la red social de Facebook, donde fueron emitidos los trabajos realizados por los comunicadores, al quedar guardado y a disposición de los puntarenenses el contenido en las diversas páginas asociadas a la unión de medios regionales, lo que ayudó a aumentar el alcance proyectado por los medios locales con sus trabajos de cobertura.

Por otro lado, el comunicador y dueño del medio regional Puntarenas Le Informa, Erick Solano, que también formó parte del grupo de ACOP, relaciona el mismo alcance con el emitido por el anterior entrevistador, donde en siguiente párrafo explica al público que se dirigían al realizar esta unión:

Al público de Puntarenas principalmente, nosotros nos damos cuenta de qué lugares provienen los me gusta, de dónde viene el público de las páginas, y la GAM tiene bastantes al menos que yo sepa que en Puntarenas Se Oye, Noticias del Puerto y en mi caso hay bastante gente de la GAM, y pues obviamente a ellos también nos interesa informarlos, pero principalmente si al público aquí de Puntarenas, es donde iba dirigido (Solano, entrevista semiestructurada, 2020).

Como afirma Solano en el párrafo anterior, el público que buscaban para las elecciones cantonales, era el de los mismos habitantes de la zona, del cantón de Puntarenas. Además, detalla que también tienen un público importante en el Gran Área Metropolitana (GAM), donde igual sigue el enfoque principal en Puntarenas. En el caso del público, la percepción queda demostrada en el grupo focal realizado para la investigación.

Yo en mis 21 años de vivir en Puntarenas, hasta ahorita me doy cuenta de los diferentes partidos y los diferentes postulados a la alcaldía, porque uno de aquí para atrás lo único

que sabe es de uno o tres postulados, y conoce ahí más o menos la información o qué tienen para el cantón, pero con esta unificación, esta iniciativa más bien se vio que hay una gama diversa de diferentes postulados y que tienen diferentes puntos de vista para poder ayudar a Puntarenas (Mesén, grupo focal, 2020).

La relevancia que va tomando las elecciones municipales del cantón de Puntarenas, sumando con el trabajo realizado por los medios regionales, va aumentando la interacción del público y su conocimiento por los candidatos y las elecciones, esto mismo ejemplifica el alcance y lo que los consumidores de estos medios ven.

Antes uno conocía, di yo tengo 22 años y esta es la primera vez que puedo votar, pero antes uno conocía el alcalde que estaba, si era que lo conocía, y el otro partido fuerte y se acabó, usted no conocía propuestas no sabía nada, entonces creo que después de muchos años se le tomó la importancia que merece a la elección de un alcalde, al quién va a regir una municipalidad (Jiménez, grupo focal, 2020).

Lo anterior mencionado por Elías Jiménez, se relaciona con las siguientes palabras del interés que generó ese alcance “Yo creo que se proyectó como a los postulados, se proyectó como las propuestas de ellos, y al haber como este movimiento de información, sí despertó algún interés en la gente” (Blanco, grupo focal, 2020).

En el caso del alcance que establecieron los medios regionales para la cobertura de las elecciones, los propios dueños de los medios locales creen que el público dio respuesta positiva a este alcance “me parece que sí hubo una buena aceptación, fue para varios eventos que se hizo esta unión, y a mí me pareció que sí dio como resultado, yo veía comentarios positivos de la gente, para mi parecer sí funcionó” (Solano, grupo focal, 2020).

Público meta establecido

En el público meta seleccionado por los medios regionales, queda ejemplificado por uno de los miembros fundadores y mayor participante de las entrevistas a los políticos, el periodista independiente, Christian Campos Lostalo, quién se refiere el público meta de la unión medios locales en las siguientes palabras.

Básicamente al público mayor de los 18 años en adelante, gente que pueda emitir su voto, estábamos interesados en una gran cantidad de los seguidores de esos partidos políticos

también, pero también gente que a través de si no era por una o por otra página iba a poder conocer en detalle sus planteamientos (Campos, entrevista semiestructurada, 2020).

El público meta, como bien dijo Christián, se concentró en el público puntarenense del cantón central, de los cuales podían ejercer el voto para las elecciones de la alcaldía del 2020; las personas mayores de 18 años.

Además de la edad como lo explica el entrevistado, la gran cantidad de emisiones realizadas por todos los medios regionales de Puntarenas, ayudó a que el público interesado por el tema, tuviera mayor acceso al contenido emitido por ACOP, lo que también dirigía a los seguidores habituales de los partidos políticos.

Siguiendo esto mismo, la segmentación de las personas a la que iba ir dirigido el contenido queda respondido por el gerente y comunicador de Radio Puerto Tv, Klever Ramos, a continuación: “básicamente el porcentaje de votación en el que se enfoca es en los jóvenes, porque no es la misma cantidad de personas con dispositivo móvil conectados para nivel de recepción de información, este target está muy bien establecido” (Ramos, entrevista semiestructurada, 2020).

Por otro lado, el dueño del medio regional Puntarenas Se Oye, Miguel Martínez, mismo medio que es el que cuenta con más seguidores todos los del cantón y de la ACOP, manifiesta la siguiente respuesta sobre el público meta y la finalidad de la creación de esta unión.

ACOP se creó para eso, para unir a todos los medios y estar enfocados en informar, con la verdad, informar de una manera en que entre todos veamos qué era lo que se iba a aludir, aunque ya se cambió de otro rumbo, porque ya cada quién sube lo que quiera, pero por lo menos en ese momento ese era el enfoque, el de unir todas las páginas y poder informar de una manera diferente (Martínez, entrevista semiestructurada, 2020).

El entrevistado del medio local Puntarenas Se Oye, añade a las anteriores declaraciones de los entrevistados, la importancia de la unión, con enfoque predefinido para llevar a cabo el trabajo de las entrevistas que se transmitió en simultáneo por los medios de comunicación asociados a ACOP.

Los medios regionales de los que se hace énfasis, se pueden apreciar en la Figura 8 del Apéndice I de esta investigación, donde se puede apreciar el logo oficial de la Asociación de Comunicadores de Puntarenas (ACOP), junto con los medios locales que estuvieron afiliados en las transmisiones de las elecciones municipales del cantón de Puntarenas de ese momento.

Unidad de Análisis 2. Identificar las Herramientas Comunicativas Utilizadas

En esta segunda unidad de análisis se busca identificar las herramientas comunicativas utilizadas, esto por los medios regionales que se unieron ACOP, esta unidad tiene la finalidad de comprender qué tipo de herramientas y formas utilizaron los comunicadores para llevar esa información al pueblo puntarenense. A continuación, se recopila la información del segundo análisis.

Equipo utilizado por los medios regionales

El equipo utilizado por los medios regionales de Puntarenas, es importante para identificar luego las herramientas comunicativas que emplearon. La forma de llevar la información al público se concentró mediante el streaming, de ahí el comunicador Andrés Garita, da diferentes ejemplos de los programas utilizados para llevar la señal a los usuarios de estos medios locales por la red social de Facebook.

En ese momento usábamos un sistema que tenía Christian Mesén en su momento, que utilizaba el Wirecast o el OBS, uno de esos dos creo que era el que usábamos para hacer la transmisión simultánea, porque si fuese por transmisión en Facebook sería más tedioso, más que utilizábamos lo que es las cámaras de video (Garita, entrevista semiestructurada, 2020).

Por otro lado, en equipo como tal para las transmisiones, lo explica en detalle Miguel Martínez de Puntarenas Se Oye, donde menciona algunos de los equipos utilizados por ACOP en las transmisiones en vivo que realizaron por la red social de Facebook para los seguidores de la unión de medios locales.

Lo principal que se uso fue eso, fueron cámaras; tres cámaras para ser exacto, dos computadores, un mixer, todo el equipo fue un equipo profesional en cámaras, micrófonos, en computadoras, en el mixer, un montón de cosas que se utilizaron en eso (Miguel, entrevista semiestructurada, 2020).

Además de las anteriores palabras de Miguel Martínez, se añade la Figura 5 que se incluye en el Apéndice I de esta investigación, donde se observa a la candidata por el partido UPE, Kathya Berdugo, siendo entrevistado por Christian Campos Lostalo. Mediante la captura se muestra que fue emitido en el medio Puntarenas Se Oye, el cual coincide con las descripciones dadas por los entrevistados, ya que el programa como se nota en la captura, fue emitido mediante Streaming, con micrófonos y cámara profesional.

En la misma figura, se ve en el texto de la publicación acompañado por la palabra clave “en vivo”, que refuerza el concepto de streaming que ejecutaron los comunicadores en el abordaje de las elecciones. Lo captado en la imagen, coinciden con las palabras emitidas por los principales promotores de ACOP.

Herramientas de comunicación utilizadas

Las herramientas de comunicación utilizadas por los medios regionales para la cobertura de las elecciones municipales del cantón son relevantes, debido a que es la forma en la que se emite el contenido para público. Algunas de estas quedan desarrolladas en las siguientes palabras “Publicaciones, imágenes, ya sea de imágenes o de video, aparte las transmisiones en vivo, prácticamente esa dos, publicaciones de imagen y video” (Rodríguez, entrevista semiestructurada, 2020).

Siguiendo el mismo concepto, desde el medio de Puntarenas Se Oye se explican la herramienta más utilizada por la unión de ACOP en el siguiente párrafo:

Las herramientas que se utilizaron fueron las redes sociales, principalmente Facebook, como anteriormente lo mencionaste el streaming, con la opción de Facebook que se llama “video cruzado”, que sería una transmisión simultánea en todas las páginas que se coloquen en dicha herramienta, esa fue la que más se usó, la red social de Facebook, ya después de ahí se generó sus notas en diferentes medios y en sus diferentes sitios web, cada uno subió sus notas para su sitios web (Martínez, entrevista semiestructurada, 2020).

El autor mencionado en el marco teórico de esta investigación, Santa (2019) donde habla de la herramienta del streaming incorporada en la red social de Facebook, mismo concepto que se ve explicado por los comunicadores de Puntarenas sobre la cobertura de las elecciones, como

el autor había afirmado, los realizadores del Facebook Live pueden incorporar diversas señales para la transmisión audiovisual en esta plataforma.

El entrevistado también añade que la cobertura realizada por ACOP, no solo quedó en las transmisiones emitidas por los medios locales, sino que también, sirvió para realizar contenido original y seguir elaborando material relacionado con las elecciones municipales del cantón para el 2020.

Esto lo desarrolla con mayor profundidad uno de los integrantes del medio regional, Radio Puerto Tv, Klever Ramos, quién explica el trabajo detrás para componer esta herramienta de streaming.

Mucho de lo que se va a tener que seguir haciendo son diseños, diseños acordes a lo que se está viviendo y que sean atractivos, si el diseño no es atractivo prácticamente va a pasar desapercibido. Cuando hablamos de streaming, el mismo tiene particularidades y es el tiempo, por ejemplo, cuál tipo de redes se utilizan, todo tiene una estrategia, porque todas las diferentes redes tienen la particularidad o estructuras completamente diferentes, entonces de acuerdo a la estructura de la red, es el material que yo voy a enviar. Por eso detrás del envío, en este caso de un político, hay una estrategia de que es lo que voy a desarrollar, desde el diseño, desde la duración, desde el contenido, desde cuales son los elementos que van a dinamizar esa interacción (Ramos, entrevista semiestructurada, 2020).

Teniendo en cuenta todo el proceso realizado por los medios locales de Puntarenas para completar la transmisión e informar a la ciudadanía, en las siguientes palabras el entrevistado explica en palabras sencillas, como se logró el streaming simultaneo en estos medios regionales “si fue por el hecho de que la misma transmisión salía para todos, entonces no era que todos teníamos que estar transmitiendo, sino que se hacía una misma transmisión y todos estaban enlazados, entonces todos estaban transmitiendo lo mismo” (Campos, entrevista semiestructurada, 2020).

En el análisis de contenido realizado para la investigación, se tomó en cuenta la página informativa más grande de Puntarenas, la cuál es Puntarenas Se Oye, misma que en la captura de

abajo, se ve la herramienta utilizada de red social y al utilizar el streaming para generar el contenido emitido hacía los puntarenenses.

La Figura 1 del Apéndice I. Capturas del análisis de contenido de esta investigación, se toma en cuenta para definir lo expuesto por la imagen, la cual se captó el día 12 de octubre del 2020, tomando de base las páginas de Facebook de dos de los medios regionales pertenecientes a la ACOP, los cuales son: Puntarenas Se Oye y Antena Porteña.

La imagen a la que se hace referencia, pertenece al medio regional Puntarenas Se Oye, en el mismo se realiza la entrevista al candidato por el Partido Nueva República, Mauricio Gómez, además aparece realizando el trabajo de conducción del espacio y presentación, el periodista, Christian Campos, mismo que lideró la mayoría de transmisiones, y, por último, se ve el logo de la Asociación de Comunicadores de Puntarenas (ACOP); en la esquina superior derecha.

Las herramientas expuestas anteriormente en las entrevistas, son las mismas que se pueden observar en el análisis de contenido, esto porque se demuestra el streaming que realizaron los medios regionales incorporados en ACOP, para llevar a los puntarenenses la información, además, de que todos estos contenidos, siguen estando públicos en estos medios locales.

Unidad de Análisis 3. Establecer el Impacto de los Medios Regionales Sobre el Público

En esta tercera y última unidad de análisis, se busca establecer el impacto de los medios regionales sobre el público, para demostrar las categorías de interacción del público y el interés del público, esto con la finalidad de conocer la recepción de los puntarenenses, a este tipo de formato presentado por la ACOP.

A continuación, se recopila la información de las categorías correspondientes a esta tercera unidad:

Interacción del público

La interacción que tuvo el público en los diferentes medios regionales que conformaron la ACOP, queda descrito por los entrevistados que conformaron esta unión, Erick Rodríguez de Puntarenas Le Informa dice lo siguiente sobre la interacción del público sobre las transmisiones generadas por ellos.

Me parece que sí hubo una buena aceptación del público, fue para varios eventos que se hizo esta unión, y a mí me pareció que sí dio como resultado, yo veía comentarios positivos de la gente, para mi parecer sí funcionó (Rodríguez, entrevista semiestructurada, 2020).

La interacción del público según Erick Rodríguez, quedó representada en los comentarios de las transmisiones que se realizaron, que, además, de funcionar el contenido informativo que emitieron sobre las elecciones municipales.

Sobre los comentarios emitidos por el entrevistado anterior, también se destaca el funcionamiento de la unión de los medios regionales de Puntarenas, debido a que el resultado que recalca el Erick Rodríguez, se potenció por el abordaje de las elecciones ejecutadas por ACOP a finales del 2019.

Siguiendo con la misma idea, Christian Campos, que tuvo gran relevancia en los streaming de Facebook Live, opina lo siguiente:

Eso quizá fue uno de los puntos más altos, de los puntos más importantes Leo, por el hecho de que cada una de las páginas hacía promoción de la entrevista de ese día, por ejemplo, recuerdo que eran dos entrevistas por semana, los miércoles y los jueves, durante varias semanas evidentemente, entonces cada una de las páginas colgaba un banner o un afiche digital (Campos, entrevista semiestructurada, 2020).

Al unificar las páginas informativas más importantes del cantón de Puntarenas, unían todo el público individual de cada medio regional, como dice en el anterior párrafo Christian, además, de la promoción anticipada que realizaba cada medio local por su parte. La importancia de la interacción de ACOP, queda más detallada en las siguientes palabras del dueño del medio Puntarenas Se Oye.

Un impacto grande sinceramente, porque por ese impacto yo ya después estuve viendo que varios lugares lo habían hecho, otras zonas fuera de Puntarenas como por el lado de Guanacaste, habían hecho lo mismo, pero fue un impacto bonito, porque aquí en Puntarenas que yo tenga conocimiento no se había realizado algo así, sinceramente fue algo completamente nuevo, enlazar todas las páginas que ese momento eran más de 300 mil personas enlazando todas las páginas, fue un boom bastante grande, fue algo muy

bonito, muy entretenido, la gente interactuó, la gente conoció, eso fue bastante grande (Martínez, entrevista semiestructurada, 2020).

Como explica Miguel Martínez en párrafo anterior, la suma de todos los medios regionales que conformaron en su momento la ACOP, alzó a más de 300 mil personas, que siguen a cada una de las páginas, con lo que al final detalla cómo la gente interactuó y se informó mediante el trabajo que hicieron. Por otro lado, en el grupo focal, Aaron Mesén Recio, habla de la interacción del público, puede ir aumentando si se realizan este tipo de uniones con más frecuencia.

Al principio el cambio va a ser lento, esto va ir mejorando, las personas se van a seguir dando cuenta de que hay que tomar una decisión más acertada, yo creo que tienen que informarse mejor y buscar estos medios para tener un panorama más amplio de cómo están las elecciones y los partidos (Recio, grupo focal, 2020).

En el instrumento de análisis de contenido de la Figura 2: Comentarios en transmisiones de los medios regionales, que se encuentran en los apéndices de esta investigación, se pudo observar lo que anteriormente decían los entrevistados sobre los comentarios y la participación del público en las transmisiones que realizaron. Para esto, se tomó de ejemplo, el medio regional Puntarenas Se Oye.

La interacción del público en la sección de comentarios de Facebook de la página Puntarenas Se Oye durante la transmisión, queda demostrada en las capturas anteriores, que sirven como muestra de lo que explicaron los entrevistados párrafos arriba sobre la categoría de interacción del público de esta unidad. Los puntarenenses no solo podían opinar sobre los temas, sino que también, podían formar parte de las preguntas y tenían un contacto más cercano con los candidatos. Estas capturas fueron obtenidas el 12 de octubre del 2020, al implementar el instrumento de análisis de contenido.

De la Figura 2, se sustrajo cuatro comentarios de la transmisión de Facebook realizada en el medio local, Puntarenas Se Oye, donde se observa la interacción del público opinando e incluso aportando preguntas para los candidatos. De los anteriores comentarios, se pueden destacar la palabra “propuesta”, misma que en las capturas se repite en dos ocasiones y que a través de la entrevista se hicieron, esto determina la interacción del público sobre el tema de

querer conocer más de los candidatos a la alcaldía de Puntarenas, y, además, se relaciona con la siguiente categoría del interés del público.

Interés del público

Ahora, en la categoría sobre el interés público de esta unidad, los entrevistados dieron su opinión, sobre lo que ellos percibieron en las transmisiones elaboradas por los medios de Puntarenas. Andrés Garita de Noticias del Puerto y corresponsal de medios nacionales, da su punto de vista sobre lo que vivió, junto con el interés presentado por los porteños.

Vieras que sí, porque por ejemplo, uniéndonos todos los medios al mismo tiempo en realizar una transmisión como esta, porque la idea es que el pueblo conociera cual es el candidato que iba a ser su alcalde, esta era la única forma para poder hacerlo y que toda la gente lo viera, porque quizá todos los seguidores que tengo en la página mía, tal vez lo tenga Miguel, pero los que tiene la otra página tal vez no tenga ninguno yo, entonces esa fue la parte estratégica de unión, lográbamos en una transmisión, por ejemplo, creo que en la que fue la que se unieron más fue la de Randall Chavarría, la de Wilbert y la de Kathya Verdugo, eran como los 3 partidos más fuertes, en esas transmisiones lográbamos como 400 personas conectadas en vivo (Garita, entrevista semiestructurada, 2020).

Los tres partidos políticos más relevantes de las elecciones, que los datos de los votos se encuentran en el marco teórico de esta investigación, demostraron ser los que mayor interés del público generaron según lo manifestó Andrés Garita. Para complementar el tema de las personas conectadas, se hace referencia a la Figura 3 que se encuentra en los apéndices de esta investigación, la cual muestra las reproducciones que generaron las entrevistas a políticos en la página Puntarenas Se Oye.

Las transmisiones que se realizaron, presentan una gran cantidad de visitas solamente en una de las páginas, por lo que en los demás medios que conformaron ACOP, el público vio las emisiones por cualquiera de los otros medios de Puntarenas, para complementar esta idea, la siguiente captura pertenece al análisis de contenido que se obtuvo del medio Puntarenas Se Oye.

En la anterior captura, obtenida el 12 de octubre del 2020, se muestran subrayado en color amarillos, el número de reproducciones que tuvo este tipo de contenido, realizado por los medios regionales. En la parte superior se encuentran la transmisión del segundo programa, con

más de 12 mil reproducciones; la invitación de ese mismo programa tuvo casi 2 mil vistas en ese medio local.

Por otro lado, la fila inferior muestra a los lados dos invitaciones y ubicación del lugar donde se hicieron las entrevistas, donde se reporta más de 3 mil reproducciones en cada uno de estos audiovisuales, mientras que la entrevista en sí, contuvo casi 14 mil visitas en la página Puntarenas Se Oye. En las palabras clave de la captura de la Figura 3, se resaltan los titulares que se realizaron para las transmisiones, donde se notan por “invitación”, los anuncios de las entrevistas que se iban a realizar, mientras que los contenidos con los candidatos se nombran “programas”, esto para hacer la separación.

La siguiente captura por analizar es la Figura 4, contenida en el Apéndice I, la cual pertenece a los streaming que se emitieron únicamente por el medio regional Antena Porteña, que sumado a los anteriores en esta categoría de Puntarenas Se Oye, abarcan una gran parte de los porteños que sintonizaron estas transmisiones en su momento.

En las mismas reproducciones, queda demostrado el interés de los puntarenenses por estos contenidos, donde la interacción de los programas de entrevista a los políticos, llegó a casi 14 mil reproducciones en este medio, mientras que la invitación al programa contó con un total de 1.900 visitas.

Al añadir a esta misma idea la Figura 6, muestra una segunda captura de reproducciones del medio regional Puntarenas Se Oye, donde se puede visualizar, que la transmisión con mayor cantidad de visitas contabilizó un total de 8.000 reproducciones, mientras que los anuncios de la entrevista al candidato hicieron en 4.800 visitas, al unir los anuncios con antelación del programa, al recordar que el mismo fue emitido por las demás páginas de Facebook pertenecientes a ACOP.

También, la Figura 7, contenida en el Apéndice I de esta investigación, revela en una segunda captura las reproducciones del medio regional Antena Porteña, que demuestra en la misma línea el interés que presentó el público, sobre las elecciones municipales del cantón central de Puntarenas. En la imagen se demuestra que la transmisión bajo el título “Programa 4: Para Mejorar Puntarenas” contó con un total de 7.200 visitas en este medio local.

Se aprecia en la anterior figura mencionada, que mantuvieron el mismo modelo de ejecución, al anunciar cada entrevista con antelación, como las otras capturas. Se destaca en este apartado las palabras clave “invitación”, con las que agrupaban el contenido promocional del siguiente programa de entrevista.

Palabras clave en los títulos de las transmisiones, se nota Programa, para denominar las entrevistas, además de utilizar títulos que llamen la atención, como lo es el caso del video bajo el título “Para mejorar Puntarenas”, lo que puede llamar el interés del público por este tipo de contenidos.

Generalmente sí, sí se interesaron, tal vez el público o la mayoría no era lo que estaban buscando, porque la mayoría quería ver un debate, no querían ver la historia de cada candidato, querían ver en sí un debate completamente, pero sí se interesaron, por lo menos se interesaron viendo la historia, qué el proyecto tuvo, porque en esa época en que lo estábamos haciendo, era una época donde no se podía hacer tanto ruido, porque era la veda política, sino me equivoco en ese momento estaba la veda, pero sinceramente sí, la gente se interesó, fue algo nuevo, algo que cambió completamente la forma en ver a los candidatos (Martínez, entrevista semiestructurada, 2020).

Las palabras del anterior entrevistado, sumado a las de los demás y uniéndolas con las capturas del análisis de contenido, demuestran la veracidad de interacción que tuvo el público para conocer a los candidatos. Por otro lado, en el grupo focal, se tocó el interés que genera este formato para la participación del público juvenil, que también es de recordar, que párrafos anteriores, era parte del público meta de la ACOP.

En el grupo focal realizado, uno de los participantes comenta lo siguiente sobre lo que captó en los medios regionales:

Yo tengo 22 años y esta es la primera vez que puedo votar, pero antes uno conocía el alcalde que estaba, si era que lo conocía, y el otro partido fuerte y se acabó, usted no conocía propuestas no sabía nada, entonces creo que después de muchos años se le tomó la importancia que merece a la elección de un alcalde, al quién va a regir una municipalidad, a las opciones que tiene, a qué está proponiendo, y por supuesto que los medios influyeron mucho, porque son los principales vehículos por los que la gente se

puede informar, y como usted decía, hay entrevistas a cada candidato, hay videos, hay información (Jiménez, grupo focal, 2020).

Para concluir esta categoría, se añaden las siguientes palabras de uno de los integrantes del grupo focal realizado para esta investigación “en mi opinión personal sí, porque una gran parte de la gente que formaba este equipo de la ACOP, era gente con experiencia, por lo cual lograron informar de una manera responsable y transparente a la ciudadanía” (Rodríguez, grupo focal, 2020).

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

En este capítulo se darán a conocer las conclusiones y recomendaciones de la investigación sobre el manejo de la información de la elección municipal del cantón central de Puntarenas 2020 por los medios regionales de la zona, esto luego de realizar el análisis del tema, al igual que el de los objetivos planteados en el inicio.

Conclusiones

Al definir el alcance proyectado por los medios regionales del cantón central de Puntarenas en sus transmisiones, los entrevistados y parte de la información recolectada de los propios fundadores de la Asociación de Comunicadores de Puntarenas (ACOP), ayudó para forjar una y aclarar su alcance y los diferentes planteamientos que se elaboraron a inicios de esta investigación.

Las principales personas a las que iba dirigido esta unión para la cobertura de las elecciones municipales, fueron las personas que estaban inscritas en el padrón electoral del Tribunal Supremo de Elecciones (TSE), con lugar de votación en el cantón central de Puntarenas. Tanto hombres como mujeres mayores de 18 años entraban en la estrategia de comunicación que se planteó la unión de medios locales para hacerles llegar la información al público.

Además, la unificación de los medios regionales de Puntarenas, potencializó en gran medida el margen de personas a las que querían abarcar, ya que la información de los candidatos a la alcaldía, les llegaba a los usuarios de estos sitios a la misma vez, desde todas las páginas de los medios locales del cantón, por lo que se obtuvo una población más abarcada, como nunca había sucedido en unas elecciones en el cantón de Puntarenas.

También, se centró en la búsqueda del público joven, ya que los miembros de ACOP, vieron un potencial de las personas jóvenes adultas, para la participación de las votaciones, teniendo en cuenta que utilizaron plataformas de uso común por personas de las edades previamente delimitadas por ellos, además, de apostar por una forma visual de llegarle al consumidor de ese contenido.

El público que reside en Puntarenas no fue el único al que se interesó en esta unión, pues uno de los entrevistados y miembros de ACOP, declaró que una gran cantidad de visualizaciones venían también del Gran Área Metropolitana (GAM), donde muchos puntarenenses viven, sin embargo, puede ser un excelente público, ya que se pueden sumar personas que sigan manteniendo el lugar de votación en Puntarenas.

Por otro lado, identificar las herramientas de comunicación implementadas por los medios regionales para informar a la población, fue una tarea sencilla, ya que los medios locales hicieron función primordial de la red social de Facebook, misma que investigando es la de más uso en todo el país, por lo que alojar y emitir la información, utilizando la función video cruzado de Facebook, se pudo conectar todos los medios regionales pertinentes a la ACOP, para transmitir en simultaneo las entrevistas a los candidatos.

La herramienta de streaming o las transmisiones en vivo, fue otro motor principal con el que arrancó el proyecto, ya que al realizar un contenido audiovisual emitido en directo donde el

propio público podía participar del programa, generó un buen uso de este tipo de formatos que implementaron para informar a la población porteña que según uno de los entrevistados dotaron de imágenes, gráficos, preguntas y contenido relevante para generar un buen uso de la herramienta en las personas que seguían la transmisión.

Añadido a eso, el contenido gráfico, resumido en diseños por muchos de los entrevistados, ayudó a generar más nivel informativo y promoción de los programas emitidos, lo que ayudó a informar al público sobre el proyecto que se iba gestando para las elecciones municipales en Puntarenas.

También, los medios regionales de ACOP que cuentan con sitios web, utilizaron las mismas entrevistas, para generar y crear contenido escrito, al utilizar las secciones de noticias, para informar a las personas que no consumían el contenido audiovisual o que simplemente preferían verlo en formato escrito.

La implementación de estas herramientas, van relacionadas con establecer el impacto generado por los medios locales, donde se notó una gran participación e interacción del público que consumían este tipo de contenidos generados por los medios regionales. Las visualizaciones que marcaban simplemente dos de las más de 10 páginas de Facebook, notaban un total de 13.000 reproducciones en tan solo uno de los candidatos, por lo que la unión de ACOP, impactó de forma positiva al público de Puntarenas.

Sumado a lo anterior, también se añade que, según los entrevistados, el trabajo realizado por estos medios regionales, influyó determinadamente en el conocimiento de los partidos políticos y sus candidatos, para que los votantes estuvieran informados de sus planes, de quienes eran y con esto emitir un voto por el material presentado por los medios locales de Puntarenas.

Con todo lo anterior mencionado, se demuestra en la investigación realizada, la importancia informativa de los medios regionales con la elección municipal 2020 en el cantón de Puntarenas. Donde el trabajo realizado por los comunicadores con la finalidad de informar al pueblo sobre la campaña política, los partidos, sus candidatos, sus propuestas e información relacionada fue bien ejecutada para el aprovechamiento del público que se interesó y participó en este formato novedoso que nunca se había realizado en Puntarenas.

Y respondiendo a la pregunta planteada al inicio de la investigación sobre ¿Qué tan importante fueron los medios regionales en el cantón central de Puntarenas, para la elección municipal 2020? Se llega a la conclusión con base en todo lo investigado, que fueron, son y serán relevantes para informar a las personas de la zona, sobre todos los sucesos que acontecen en Puntarenas y para la democracia de Costa Rica, al proponer ideas novedosas y cubrir las elecciones para ampliar el conocimiento de los puntarenenses.

Recomendaciones

Entre las recomendaciones que se dan a lo que se investigó durante varios meses, es crear una unión sólida entre medios regionales, no solamente unirse en las elecciones locales del país, sino que, generar una buena relación, porque el mayor ganador de estas uniones es el público que consume estos medios, además, que las herramientas como las redes sociales, amplían el panorama para realizar uniones solididad que beneficien el nivel informativo que emiten los medios locales no solo en Puntarenas, sino que en todo el país e incluso fuera de nuestras fronteras.

También otra recomendación es el de aprovechar al máximo más redes sociales, si bien es cierto, Facebook es la red más popular en nivel mundial y en Costa Rica, pero no todo el público está contenido activamente consumiendo contenido en esa plataforma. Empezar a innovar en redes sociales como Twitter, Instagram y YouTube, crearía una cobertura mayor, si todos los medios regionales emplearan estas herramientas de forma adecuada.

Además de seguir innovando en este apartado, no solo realizando entrevistas, sino que también generando debates, conversatorios y notas que complementen todo el trabajo realizado. Darle más apoyo a otro tipo de herramientas, no solo centrarse en realizar transmisiones, sino que generar contenido gráfico, audiovisuales cortos e interesantes y publicaciones ingeniosas sobre la cobertura de en este caso, elecciones municipales.

Por otro lado, para futuros periodistas que aborden la temática de los medios regionales a nivel nacional, se les recomienda buscar en trabajos de investigación realizados por otros reporteros sobre temas similares, ya que es casi inexistente la información sobre los medios locales en instituciones en Costa Rica, mientras, que en el apartado internacional, aunque es un

poco más variado encontrar artículos y tesis sobre este tópico, se necesita realizar una búsqueda exhaustiva sobre el material para completar futuras investigaciones.

También, se recalca a futuros entusiastas sobre los temas de medios regionales en Costa Rica, que busquen a la fuente principal de estas investigaciones, los comunicadores, ellos mismos pueden aportar o guiar, sobre el tipo de artículos que se pueden añadir para sustentar una investigación.

En el lado de las investigaciones nacionales como tal, es difícil encontrar información de medios regionales, el Colegio de Periodistas y Profesionales en Comunicación (Colper), cuenta con el programa Sello de Garantía, donde, aunque se incluyen medios regionales, estos son limitados, y no contempla una capacidad mayor información sobre los medios locales en todo el país.

Además, se recomienda a la UIA, fortalecer los conocimientos en plataformas digitales, donde en esta investigación, se comprueba la importancia que tuvieron para emitir contenidos informativos. Lo anterior, para nutrir de conocimientos a los estudiantes egresados de la carrera de Periodismo.

Referencias

- Abela, J. (2002). Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada. 2. <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.-analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf>
- Alpizar, A. (2018). Medios regionales y su rol en zonas de influencia. *Primera Plana*. https://www.primeraplana.or.cr/es/Actualidad/Medios_regionales_y_su_rol_en_zonas_influencia/
- Ávila, F. (2019). “¿Qué es y para qué sirve el Streaming?”. <https://eventovirtual.co/que-es-y-para-que-sirve-el-streaming/>
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill. 4-487.

Barrera, A. (2017). *Derechos humanos y democratización de los medios de comunicación: Revista Latinoamericana de Derechos Humanos*, 28 (2), 65-80.

Boada, N. (2019). Publicidad en redes sociales: qué es, ventajas y beneficios. *Cyberclick*.
<https://www.cyberclick.es/numerical-blog/publicidad-en-redes-sociales-que-es-ventajas-y-beneficios>

Cervi, L y Roca, N. (2017). *La modernización de la campaña electoral para las elecciones generales de España en 2015. ¿Hacia la americanización?. Comunicación y Hombre*. 133 -134.

Cobo, S. (2012). *Internet para periodistas: Kit de supervivencia para la era digital*. Editorial UOC. 16.

Díaz, L. Torruco, U. Martínez, M. y Varela, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. Elsevier, 2 (7). 162.

Echeverría, M. (2017). *Infoentretenimiento periodístico en la cobertura de las elecciones. El caso de los debates presidenciales. Convergencia Revista de Ciencias Sociales*. 113-115.

EcuRed. (2014). *Importancia de la Prensa*. <https://www.importancia.org/prensa.php>

El Heraldo. (2020). *Asociaciones iberoamericanas resaltan la importancia del periodismo independiente durante la pandemia del Covid-19*. *El Heraldo*.
<http://www.diarioelheraldo.cl/noticia/-asociaciones-iberoamericanas-resaltan-la-importancia-del-periodismo-independiente-durante-la-pandemia-del-covid-19>

Fernández, A. Ramos, M. y Navarro, M. (2019). *Medios de comunicación tradicionales y digitales en el territorio santacruceño: XXI Congreso Redcom*, 3-10.

Flores, R. Saldierna, A. y Gil, C. (2017). *Sesgo noticioso en la cobertura de elecciones locales en los estados de Nuevo León y Colima: Revista Mexicana de Opinión Pública*, 24 (13), 169-175.

López, N. (2020). *Impacto del programa sello de garantía del colegio de periodistas de Costa Rica, en el desarrollo de los medios regionales, locales y especializados, durante el segundo semestre del 2019*. *UIA*. 17-48.

- Luna, V. (2007). *Medios regionales y agencias de publicidad: El planificador y su decisión al elegir un medio para pautar*. UNED, Costa Rica. 18-42.
- Mata, L. (2019). Marco metodológico de investigación. *Investigaliacr*.
<https://investigaliacr.com/investigacion/marco-metodologico-de-investigacion/>
- Matarrita, F. (2020). Canal 13 estrena noticiero colaborativo con 20 medios regionales del país. *La Nación*.
<https://www.nacion.com/viva/television/canal-13-estrena-noticiero-colaborativo-con-2/ARSWLNBMEBH73MFZTI2MOBKEQ4/story/>
- Matos, Z. y Matos, C. (2010). *La construcción del marco teórico en la investigación educativa. Apuntes para su orientación metodológica en la tesis*. *Revista Electrónica EduSol*, 10 (31). 92.
- Meneses, J. (2020). Elecciones municipales de Costa Rica 2020. *IDEA*.
<https://www.idea.int/es/news-media/news/es/elecciones-municipales-de-costa-rica-2020>
- Morán, S. (2015). El auge de los medios nativos digitales en Ecuador. *Fundamedios*.
<https://www.fundamedios.org.ec/wp-content/uploads/2015/08/El-auge-de-los-medios-nativos-digitales-en-Ecuador.pdf>
- Montero, L. (2017). *Facebook y Twitter: Un recorrido por las principales líneas de investigación*. *Rev. Reflexiones*. 39-41.
- Moreno, Ó. (2019). ¿Cuáles son los canales de comunicación más efectivos?. *Instasent*.
<https://www.instasent.com/blog/cuales-son-los-canales-de-comunicacion-mas-efectivos>
- Mousinho, A. (2018). Google Analytics: una guía para usar la herramienta. *Rockcontent*.
<https://rockcontent.com/es/blog/google-analytics/>
- Muñoz, J. (2019). La información de las administraciones públicas locales en los medios regionales. 37-70.
- Obando, F. (2014). Medios de comunicación regionales, un aliado en la comunicación actual.
<https://primeroennoticias.com/2014/02/14/medios-de-comunicacion-regionales-un-aliado-en-la-comunicacion-actual/>

- Otero, M. Pineda, C. y Rees, G. (2016). *Herramientas de comunicación y presentación de contenidos en pregrados virtuales colombianos*. *Magis*, 8. 67-68.
- Partido Unidad Social Cristiana. (2020). Partido Unidad Social Cristiana: Estatuto. *PUSC*. <http://www.unidad.cr/un/index.php/descargas/download/3-normativa/2-estatutos>
- Puntarenas Se Oye. (2015). Sobre nosotros. <https://www.puntarenasseoye.com/sobre-nosotros/>
- Quintana, G. (2016). Motivos para el uso de Instagram en los adolescentes. 7.
- Raffino, M. (2020). Medios de Comunicación. Concepto. <https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>
- Renó, D. y Flores, J. (2018). *Periodismo Trasmmedia*. Ria Editorial. 10.
- Reguero, I. y Martín, V. (2019). Programas matinales televisivos: un análisis cuantitativo de las entrevistas a políticos en TVE y Antena 3. 23 (1). 5.
- Rubín, R. (2020). Qué es Facebook, cómo funciona y qué te puede aportar esta red social. *Ciudadano 2.0*. https://www.ciudadano2cero.com/facebook-que-es-como-funciona/#2_Contactos_de_negocios_y_networking_profesional
- Rodríguez, E. (2018). *Estudio de las implicaciones de la era digital en el crecimiento de los medios regionales: caso guana/noticias*. UIA, Costa Rica. 14-15.
- Salazar, A. (2014). *Análisis noticioso de medios regionales, San Carlos Al Día y El Coronadeño Hoy*. UIA, Costa Rica. 27-28.
- Santa, R. (2019). Facebook, herramienta para streaming. <https://www.tvyvideo.com/201901088851/articulos/produccion/facebook-herramienta-para-streaming.html>
- Serrano, P. (2017). La cobertura digital de una campaña electoral: Estrategia, narrativas y uso del periodismo móvil. *Editorial UOC*, 20. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouia/58643?page=1>
- Slimovich, A. (2016). *La digitalización de la política y la vuelta de lo televisivo. El caso de los candidatos argentinos en Facebook*. *Revista de Comunicación*. 111-112.

- Sotomayor, J. Brito, L. y Tenesaca, M. (2018). Medios publicitarios que influyen en el consumidor a la hora de adquirir un producto o servicio. *Revista Killkana Sociales*, 2 (3). 179-186.
- Torres, L. (2015). La gestión de información y la gestión del conocimiento. *Revista Arch Med Camagüey*. 19 (2). 97.
- Tribunal Supremo de Elecciones. (2014). *Constitución e inscripción de partidos políticos*. TSE. 3. https://www.tse.go.cr/pdf/normativa/constitucion_inscripcion_pp.pdf
- Tribunal Supremo de Elecciones. (2018). *Tribunal Supremo de Elecciones*, TSE. https://www.tse.go.cr/pdf/fasciculos_capacitacion/fasciculo_TSE.pdf
- Tribunal Supremo de Elecciones. (2020). *Elecciones Municipales*, TSE. 2-4. <https://www.tse.go.cr/2020/docus/varios/folleto-elecciones-municipales-2020.pdf>
- Tribunal Supremo de Elecciones. (2020). *Estatuto: Unión de Puntarenenses Emprendedores*. 2. <https://tse.go.cr/pdf/normativa/estatutos/uniondepuntarenensesemprendedores.pdf>
- Tribunal Supremo de Elecciones. (2020). *Elecciones de Alcaldía Lugar: Puntarenas – Central*. TSE.
- Vásquez, B. Pleguezuelos, C. y Mora, M. (2017). Debate como metodología activa: Una experiencia en educación superior. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 9 (2). 136.
- Viales, G. (2019). *Partido Liberación Nacional: Estatuto. PLN*. 10. https://1295ce6e-fdd4-3fb8-9d3e-f1321b17d32a.filesusr.com/ugd/18eb4f_cb846001b1c74fdd9530e4ea337f0bae.pdf
- Zamora, E. (2015). *De 1813 a 2016: 202 años de elecciones municipales*. *Revista Derecho Electoral*. 40-42.

APÉNDICES

Apéndice A

Tabla 5. Formulario de las Entrevistas

N	Entrevistado	Seudónimo	Profesión	Relación con la investigación	Fecha/lugar de la entrevista
1	Andrés Garita	Garita	Comunicador	Dueño del medio regional Noticias del Puerto, fundador de ACOP.	17/10/2020 vía Telefónica.
2	Christián Campos	Campos	Periodista	Periodista independiente, fundador de ACOP.	15/10/2020 vía Zoom.
3	Klever Ramos	Ramos	Comunicador	Gerente de Radio Puerto TV, integrante de ACOP.	19/10/2020 vía Zoom.
4	Miguel Martínez	Martínez	Comunicador	Dueño del medio regional Puntarenas Se Oye, integrante de ACOP.	18/10/2020 vía Telefónica.
5	Erick Rodríguez	Rodríguez	Comunicador	Dueño del medio regional Puntarenas Le Informa, integrante de ACOP.	17/10/2020 vía Zoom.

Nota: Elaboración personal.

Preguntas realizadas.

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo nació la idea de crear la ACOP? 2. ¿Cómo fue cubrir las elecciones municipales en el cantón de Puntarenas? |
|--|

3. ¿El público se interesó en este tipo de formato?
4. ¿Qué impacto generó unir a los medios regionales más importantes de Puntarenas?
5. ¿Influyó el trabajo realizado por la ACOP para que los votantes se informaran y escogieran un candidato?
6. ¿Cuál fue el alcance proyectado al crear la ACOP?
7. ¿Qué herramientas de comunicación utilizaron para llegar a los puntarenenses?
8. ¿Cuál es la importancia de que juegan los medios regionales de Puntarenas, en las elecciones del cantón central?

Nota: Elaboración personal.

Apéndice B

Tabla 6. Formulario del Grupo Focal

Nombre	Seudónimo	Edad	Sexo	Residencia	Fecha/lugar
Elías Jiménez Campos	Jiménez	21 años	Masculino	Puntarenas	16/10/2020 Vía Zoom.
Allan Mesén Recio	Mesén	21 años	Masculino	Puntarenas	16/10/2020 Vía Zoom.
Aaron Mesén Recio	Recio	21 años	Masculino	Puntarenas	16/10/2020 Vía Zoom.
Shamir Rodríguez Vargas	Rodríguez	20 años	Masculino	Puntarenas	16/10/2020 Vía Zoom.
Benjamín Blanco Manley	Blanco	20 años	Masculino	Puntarenas	16/10/2020 Vía Zoom.

Nota: Elaboración personal.

Preguntas realizadas.

1. ¿Qué piensan de la unión de medios regionales de Puntarenas?
2. ¿Creen que los medios regionales generaron interés en el público al cubrir los medios regionales?
3. ¿ACOP habrá influido la decisión de los votantes para elegir un candidato?

4. ¿Este tipo de coberturas beneficia a los puntarenenses?
--

Nota: Elaboración personal.

Apéndice C. Respuestas entrevista 1 a Cristián Campos

1. Básicamente con el objetivo de poder ofrecerle a los puntarenenses, y en este caso a el electorado, la manera de dar a conocer a las personas que iban a aspirar hacer y convertirse en el gobierno local siguiente. Hace 4 años antes, cuando se registró la campaña 2016-2020, yo hice una cobertura con cada uno de los candidatos, a través de una página que se llamada Conversemos en serio, pero el alcance era unilateral, es decir solamente era a través de esa página, con cada uno de los candidatos, pero no llegamos a tener el impacto masivo que se quería, entonces con base en esa experiencia en el 2016, para el 2020 hicimos una unión de páginas, ya para el 2019 eran muchísimas más páginas de las que había antes del 2015, al haber tantas páginas, unas con más otras con menos seguidores, pero siempre páginas al fin y al cabo, tuvimos la idea de reunirnos.

2. En cuanto a cobertura como tal, no era nuevo, de hecho, muchas de las personas que estaban en las páginas informativas regional, habían sido o han sido corresponsales de prensa en medios de nacionales, y entonces no era la primera vez que se iba hacer o a desarrollar una cobertura de elecciones, entonces ya había cierta experiencia, y evidentemente lo que se hizo fue continuar con el proceso de comunicación grupal y todos estuvieron desde diferentes puntos desde sus páginas.

3. Eso quizá fue uno de los puntos más altos, de los puntos más importantes, por el hecho de que cada una de las páginas hacia promoción de la entrevista de ese día, por ejemplo, recuerdo que eran dos entrevistas por semana, los miércoles y los jueves, durante varias semanas evidentemente, entonces cada una de las páginas colgaba un banner o un afiche digital, con el propósito de decir, hoy a las 8 de la noche, porque permitía que la gente pues tuvieran sus trabajos, llegaran a sus casas y pudieran darle seguimiento a la entrevista.

4. Fue un impacto quizá de mucha voluntad, cuando hay voluntad las cosas se pueden lograr, si no hay voluntad va a costar mucho, pero, no costó tanto porque había un interés de sumarse de unirse este esfuerzo, y todas pusieron sus logos, aparecían sus logos, era más un interés de estar juntos y así se hizo.

5. Para informarse sí, y lógicamente si estas informado vas a poder tener el chance de tomar una decisión, entonces sí.

6. Básicamente al público mayor de los 18 años en adelante, gente que pueda emitir su voto, estábamos interesados en una gran cantidad de los seguidores de esos partidos políticos también, pero también gente que a trevés de si no era por una o por otra página iba a poder conocer en detalle sus planteamientos.

7. La parte más técnica no te la podría contestar ahorita, pero, si fue por el hecho de que la misma transmisión salía para todos, entonces no era que todos teníamos que estar transmitiendo, sino que se hacía una misma transmisión y todos estaban enlazados, entonces todos estaban transmitiendo lo mismo.

8. Fundamental porque no había ningún otro medio que viniera a decirle a los porteños, lo que los porteños iban a requerir, entonces Canal 7 podía hacer alguna entrevista, pero eran minutos al aire nada más en televisión nacional. En cambio, las transmisiones que nosotros pudimos lograr, era presentarle más detalladamente al electorado cada una de las personas, las fórmulas y sus proyectos.

Apéndice D. Respuestas entrevista 2 a Andrés Garita

1. Esa idea, fuimos tres personas, en parte fui yo que lo propuse a Miguel Martínez de Puntarenas Se Oye, en ese entonces también hablé con Christian Campos, y que también incorporamos a Christian Mesén de Montes de Oro Tv, prácticamente con Mesén, porque Mesén tiene o tenía el equipo adecuado para poder realizar las transmisiones con cámaras, con mixer y poder hacer la transmisión simultánea en todas las páginas. Prácticamente por darle información a la agente, porque siempre los medios estábamos cada uno por su lado, entonces en ocasiones hasta nos peleábamos por una bendita foto, entonces fue donde de una vez hablé con Miguel ¿por qué estamos peleando entre nosotros? Aquí más bien es unirnos, porque yo tal vez puedo tener una información y se puedo remitir a ustedes sin ningún problema, y así fue como empezó la cuestión de la unión. Fue ya en el tema municipal de la cuestión de la campaña, fue donde yo hace como una campaña antes con Christián Campos, habíamos hecho por decirlo así entrevistas a los candidatos a las alcaldías, entonces fue donde yo se los propuse esto a Miguel y a Christián

que hiciéramos algo, y en verdad les pareció y ya fue donde conversamos con todos los medios para que todos entráramos en las transmisiones simultaneas.

2. Cubrirla fue algo igual como unión, en la parte de estas entrevistas como ACOP, fue invitando a cada uno, sin embargo, había unos candidatos que no se logró como dos que por agenda de ellos no se logró, y por unos asuntillos ahí internos que se vieron en la parte de unión no se continuó con las entrevistas para concluir con todos los candidatos que faltaron dos. En el tema de cubrir las elecciones, ya en esa parte se hizo por individual cada quién, porque ya era trabajo en calle, andar con los candidatos en la calle visitaban a los pobladores, a los vecinos, y fue un trabajo arduo de cada quién, igual como unión como medios que todavía nos permanecemos unidos, tenemos un grupo de WhatsApp donde estamos todos enviándonos informaciones cada uno.

3. Vieras que sí, porque por ejemplo, uniéndonos todos los medios al mismo tiempo en realizar una transmisión como esta, porque la idea es que el pueblo conociera cuál es el candidato que iba a ser su alcalde, esta era la única forma para poder hacerlo y que toda la gente lo viera, porque quizá todos los seguidores que tengo en la página mía, tal vez los tenga Miguel, pero los que tiene la otra página tal vez no tenga ninguno yo, entonces esa fue la parte estratégica de unión, lográbamos en una transmisión, por ejemplo, creo que en la que fue la que se unieron más fue la de Randall Chavarría, la de Wilbert y la de Kathya Verdugo, eran como los tres partidos más fuertes, en esas transmisiones lográbamos como 400 personas conectadas en vivo.

4. En esa parte se brindó un comunicado prácticamente lo desarrollamos los que tenemos un poquito más de recorrido en esta parte de comunicación, desarrollamos un comunicado informando con los logos de los medios que nos unimos, en ese momento cuando hicimos la publicación la gente lo vio bien, porque muchas páginas o varias páginas publicaban tonteras, información falsa, información que tal vez no era de la mano relacionada, entonces la gente vio bien eso, porque así decían ellos “así se acaban las mentiras”.

5. Vieras que yo pienso que sí, pienso que sí, porque en su momento en la transmisión uno leía los comentarios, cada candidato tenía sus comentarios positivos, sus comentarios que decían tal vez “este no sirve mejor me voy a otro lado”, entonces yo pienso que sí, que sí influyó.

6. Básicamente informarle prácticamente a todo el cantón central de Puntarenas. Aquí en el cantón central de Puntarenas prácticamente fue bien acogido ese tipo de entrevistas, la meta era llegarle a todo el público que pienso que así se logró, aunque en el momento no se conectaban todas las personas del cantón de Puntarenas, pero en su momento sí lograron observarlo porque eso queda guardado.

7. En ese momento usábamos un sistema que tenía Christian Mesén en su momento, que utilizaba el Wirecast o el OBS, uno de esos dos creo que era el que usábamos para hacer la transmisión simultánea, porque si fuese por transmisión en Facebook sería más tedioso, más que utilizábamos lo que es las cámaras de video.

8. Pienso que eso fue un tema bastante importante los medios regionales, no solo acá en Puntarenas, en todo el país, porque prácticamente son los que al brindar la información verdadera, verás, el pueblo se informa de manera inmediata, porque sea como sea todo es Facebook, cada quien tiene su teléfono donde ingresan a su perfil, y van a ver la noticia de sea cuál sea el medio que tengan como seguidores, porque aquí en Puntarenas sabemos creo que son 10 medios u 11, entonces la población se entera por Facebook, por los medios regionales que prácticamente se han vuelto como una herramienta importante en la parte de la comunicación.

Apéndice E. Respuestas entrevista 3 a Erick Rodríguez

1. Bueno yo ya por ahí hablaba con el chico de Puntarenas Se Oye, con Miguel, y bueno yo antes vivía en San José, ahora con la pandemia fue que me devolví a Puntarenas, yo vivía en Puntarenas y por cuestiones del trabajo me fui para San José, el que me ayudaba con este tema fue con Miguel, él me comentó que si quería ser parte, yo obviamente le dije que sí, que sí me parecía, y ahí fue donde empezamos trabajar, y donde me incluyeron a mí en el grupo como tal y empezamos a publicar en conjunto.

2. Digamos así que yo viniera como a entrevistar yo no fui parte de ello, yo soy más partícipe de publicar contenido, porque como yo estaba allá a mí a veces se me dificultaba venir, yo solamente venía cuando tenía los días libres, así que yo no participé en entrevistas y ese tipo de cosas.

3. Me parece que sí hubo una buena aceptación del público, fue para varios eventos que se hizo esta unión, y a mí me pareció que sí dio como resultado, yo veía comentarios positivos de la gente, para mi parecer sí funcionó.

4. A mi parecer fue un impacto positivo, porque tal vez la gente cree que cada página trabaja independiente, o cada quién por su lado, pero en realidad muchas veces nos apoyamos, y que la gente vea eso me parece que llama a la unión de cierta forma, que en Puntarenas sí todos colaboramos.

5. Siento que sí llamó como a la que la población a que se informara, al menos leyeran, se informarán de lo que cada candidato ofrecía, es como una puerta como para que la gente escuche a los candidatos, y de igual manera que los candidatos puedan expresar sus ideas y sus formas de convencer al público para el voto, pero me parece que puede influir y ayudar, porque ese es otro tema, ayudar a la gente para que se informe de buena fuente, que ese es otro punto por el que trabajamos, por no más desinformación, y entonces me parece que sí ayudó de buena forma a la gente a que tomara una decisión a la hora de ejercer el voto.

6. Al público de Puntarenas principalmente, nosotros nos damos cuenta de qué lugares provienen los me gusta, de dónde viene el público de las páginas, y la GAM tiene bastantes al menos que yo sepa que en Puntarenas Se Oye, Noticias del Puerto y en mi caso hay bastante gente de la GAM, y pues obviamente a ellos también nos interesa informarlos, pero principalmente si al público aquí de Puntarenas, es donde iba dirigido.

7. Publicaciones, imágenes, ya sea de imágenes o de video, aparte las transmisiones en vivo, prácticamente esa dos, publicaciones de imagen y video.

8. El medio regional ya está aquí, ya conoce más a los candidatos, puede explorar un poquito más a fondo, puede saber por qué cosa que tal vez un medio allá en San José desconoce, entonces me parece al estar los medios aquí propiamente juegan un papel importante o podrían jugarlo si se meten de lleno a informar, sea lo que sea que se publique sobre los candidatos.

Apéndice F. Respuestas entrevista 4 a Miguel Martínez

1. Christian tuvo como la idea de hacer entrevistas con varios medios, no me acuerdo de cuántos medios había la verdad, pero sí entrevista entre varios medios, pero la idea fue más que todo de Christián, yo hace tiempo los había unido los medios, porque antes nos atacábamos

mucho, nos tirábamos mucho, entonces yo dije unámonos intentemos hacer un cambio, busquemos diferentes formas de comunicación, cada uno bajo su línea, pero al menos entre todos nos ayudamos para levantarnos, ahí surgió primeramente la ACOP, después fuimos montando ideas, teniendo reuniones, y ya en esa parte que nos hicimos con Campos para hacer la parte de las entrevistas, más que todo surgió así para hacer entrevistas, a mí en cierta parte la política no me gusta, no me gusta meter política en mi medio, pero como estaban todos entonces por eso fue, más que todo la idea fue de Campos.

2. Fue una experiencia muy bonita, fue algo nuevo, fue una experiencia muy linda, en la parte de unir todos los medios fue un boom, porque en el nivel nacional no se ha hecho algo así, medios locales reunidos en algo como esto, si se ha visto medios nacionales que la mayoría se unen para hacer debates y cosas así, pero en medios locales, sinceramente si no me equivoco fuimos los únicos aquí que habían hecho ese movimiento, usar varias plataformas para estar concretamente conectados todos en el mismo momento, pero fue una experiencia bonita colaborar entre todos para cubrir esto, sinceramente fue muy bonito, sí hubo problemillas como siempre, pero después de eso la experiencia fue muy linda.

3. Generalmente sí, sí se interesaron, tal vez el público o la mayoría no era lo que estaban buscando, porque la mayoría quería ver un debate, no querían ver la historia de cada candidato, querían ver en sí un debate completamente, pero sí se interesaron, por lo menos se interesaron viendo la historia, que el proyecto tuvo, porque en esa época en que lo estábamos haciendo, era una época donde no se podía hacer tanto ruido, porque era la veda política, sino me equivoco en ese momento estaba la veda, pero sinceramente sí, la gente se interesó, fue algo nuevo, algo que cambió completamente la forma en ver a los candidatos.

4. Un impacto grande sinceramente, porque por ese impacto yo ya después estuve viendo que varios lugares lo habían hecho, otras zonas, fuera de Puntarenas como por el lado de Guanacaste, habían hecho lo mismo, pero fue un impacto bonito, porque aquí en Puntarenas que yo tenga conocimiento no se había realizado algo así, sinceramente fue algo completamente nuevo, enlazar todas las páginas que ese momento eran más de 300 mil personas enlazando todas las páginas, fue un boom bastante grande, fue algo muy bonito, muy entretenido, la gente interactuó, la gente conoció, eso fue bastante grande.

5. Podemos decir que sí, bueno por lo menos les puede informar un poco de lo que fue la propuesta de cada candidato, al menos por encima, de que querían hacer, la historia de cada uno, como se criaron, dónde nacieron, qué enfoques tenían para Puntarenas, sinceramente sí un poco, no el cómo 100%, porque la propaganda es muy importante, pero sí por lo menos ya la gente pudo abrirse un poquito más para saber quién es cada candidato.

6. El público era general sinceramente, porque más que todo a gente de aquí, ACOP se realizó para unir todos los medios y para que no hubieran peleas, para que no hubieran denuncias entre cada medio porque se usaba contenido, porque esto, por el otro, ese fue el enfoque principal, porque ACOP se creó para eso, para unir a todos los medios y estar enfocados en informar, en informar con la verdad, informar de una manera en que entre todos veamos qué era lo que se iba a aludir, aunque ya se cambió de otro rumbo, porque ya cada quién sube lo que le da la gana, pero por lo menos en ese momento ese era el enfoque, el de unir todas las páginas y poder informar de una manera diferente.

7. Las herramientas que se utilizaron fueron las redes sociales, principalmente Facebook, como anteriormente lo mencionaste el streaming, con la opción de Facebook que se llama “video cruzado”, que sería una transmisión simultánea en todas las páginas que se coloquen en dicha herramienta, esa fue la que más se usó, la red social de Facebook, ya después de ahí se generó sus notas en diferentes medios y en sus diferentes sitios web, cada uno subió sus notas para sus sitios web, lo principal que se usó fue eso, fueron cámaras; tres cámaras, dos computadores, una mixer, todo el equipo fue un equipo profesional en cámaras, micrófonos, en computadoras, en la mixer, un montón de cosas que se utilizaron en eso.

8. Bueno no solamente los medios de Puntarenas, sinceramente todos los medios en el nivel nacional e internacional suman una importancia, debido a que ellos comunican lo que actualmente no comunica uno nacional, porque el nacional se va a enfocar a todo, mientras que los regionales sí se van enfocar en su cantón, en sus distritos, en su ciudad, hay medios locales, regionales, y sinceramente son muy importantes, porque así la gente de ese público, por ejemplo, en el cantón de Puntarenas se concentra en su candidato, se concentra en la historia de cada candidato, en las propuestas de cada candidato, entonces los medios regionales son sumamente importantes para esto, para la democracia, para demostrar la vida de cada candidato, las propuestas, etc.

Apéndice G. Respuestas entrevista 5 a Klever Ramos

1. Se analizó la posibilidad de agrupar a los diferentes medios de la zona, para no solo facilitar el cubrir los eventos, sino también poder aprovechar o maximizar el tema de recursos, tanto recurso humano como en el nivel de equipo, por ahí vino parte del propósito, y la idea de generar en una sola vía el canal de comunicación, y pues cada medio hacía su en vivo por su página, en el entendido de que estábamos claros de que era algo que se iba a manejar en conjunto con todos los medios, y ningún medio en teoría tenía que tener mayor relevancia o aprovechamiento de esta herramienta.

2. Yo creo que no solo Radio Puerto como medio, sino los diferentes medios, las diferentes páginas, y los diferentes compañeros que hacen un esfuerzo por llevar la información, creo que es muy varioloso en el nivel de democratizar la información y la comunicación, es una vitrina, es una ventana para que cada una de las personas que aspiren a un puesto político puedan compartir, más allá que ya lo hacen desde sus perfiles, pero no es lo mismo compartir una idea en un perfil, que cuando vos te sientas ante una entrevista o ante cuestionamientos o interrogantes o diferentes escenarios que se podrían plantear, de acuerdo con lo que vos estás presentando o vas presentando a futuro dentro de tu proyecto, yo creo que los medios tienen que jugar un papel muy relevante, un papel muy crítico, un papel transparente, al buscar el trasfondo de la propuesta en el nivel de desarrollo para el cantón, para la provincia, para el país como tal, y no puede perder ese balance, esa ecuanimidad, esa independencia, a pesar digamos de que en algunos casos las mismas se podrían ver influenciadas o afectadas, porque vos sabes que detrás de esto hay situaciones de pautas, de querer aprovechar la estructura que el medio tiene para en este caso el aspirante tener una mayor exposición, entonces eso no se debería de anteponer porque es muy riesgoso, es muy peligroso para la comunicación y sobre todo para la democratización y para la institucionalidad de nuestro país.

3. Yo especularía, porque es una especulación, es más, nosotros al final como medio por una situación interna nos separamos, y empezamos a tener visitas de prácticamente todas las personas que aspiraban a cargos políticos, creo que hubiese sido más ganancioso que cada medio aprovechara su plataforma, por qué, porque todos tenemos puntos de vista, todos tenemos criterios, todos tenemos visiones muy diferentes y todos queremos escudriñar de manera diferentes la participación en este caso de los aspirantes, entonces creo que la atención hacía esta

herramienta, creo que hubiese sido más provechosa, más gananciosa para el mismo político o para el mismo aspirante, tener más posibilidades de poderse mostrar y no centralizarlo en una sola plataforma como tal, haciendo un en vivo a los diferentes participantes o a los diferentes medios.

4. Es un mensaje que puede ir en varias vías o en varias líneas, una podría interpretarse o podría concluirse que la ciudadanía percibe una unión en el nivel de medios locales y esto para poder desarrollar o proponer o generar algunos espacios futuros, podría verse como algo positivo, porque el final estás teniendo más músculo, estás teniendo más poder en el nivel de la comunicación, pero también te limita en algunos casos el accionar, porque vos sabes que para poder unir tenes que buscar un consenso, entonces algunos tienen que ceder en algunos aspectos, por una manera muy simple, porque algunos son un poco más radicales, pero son más determinantes en algunos cuestionamientos en algunos cuestionamientos, en la forma de entrevistar, en la forma de poder abordar a las personas y otros son un poco más livianos o más ligeros, entonces esa parte es donde las uniones provocan esas situaciones que en algunos casos podrían llegar a algunas desavenencias porque estamos viendo que tenemos formas diferentes de interpelar al entrevistado, pero como ejercicio creo que fue un buen ejercicio, vos lo señalas muy atinadamente, es un precedente en nuestra zona y posiblemente no sabremos si ese precedente se pueda llegar capitalizar, no solo para esa situación, sino que también para otros efectos.

5. Yo creo que potencializó aún más la información, recuerda que, a nivel de comunicación, la comunicación ha video sufriendo transformaciones enormes, uno de los puntos que nos ha venido a favorecer el tema del Covid, es que adelantamos el nivel tecnológico y a nivel de comunicación posiblemente lo que íbamos a ver en 10 o 15 años. Mucho de lo que se dio con relación a lo que tu pregunta señala, sí tiene alguna relevancia y la va a tener más en el futuro, porque vamos a entrar a una nueva realidad, vamos a entrar en un nuevo mundo, que va a requerir que sigamos ajustando, que sigamos adaptando los procesos y las formas de trabajo que históricamente veníamos desarrollando.

Entonces que es lo importante en esto, que de una u otra manera, yo considero que ese esfuerzo, ese intento que hicieron los medios regionales, sí tuvo en algunas medidas su participación y su aporte en lo que eventualmente fue a tomar el votante en su decisión a la hora de llegar a las urnas.

6. Básicamente el porcentaje de votación en el que se enfoca es en los jóvenes, porque no es la misma cantidad de personas con dispositivo móvil conectados para nivel de recepción de información, este target está muy bien establecido, vos sabes que en esto hay todo un estudio, cuáles son las horas más adecuadas, por ejemplo, Puntarenas tiene un particularidad, no necesariamente las mismas horas que subís una publicación en la GAM, tiene la misma implicación que en zonas costeras, eso ya está muy establecido, y los políticos juegan muy bien con toda esta parte.

7. Eso fue muy vareado, porque dependía del tipo de mercado, pero mucho era y mucho de lo que se va a tener que seguir haciendo son diseños, diseños acordes con lo que se está viviendo y que sean atractivos, si el diseño no es atractivo prácticamente va a pasar desapercibido. Cuando hablamos de streaming, el mismo tiene particularidades y es el tiempo, por ejemplo, cuál tipo de redes se utilizan, todo tiene una estrategia, porque todas las diferentes redes tienen la particularidad o estructuras completamente diferentes, entonces de acuerdo con la estructura de la red, es el material que yo voy a enviar. Por eso detrás del envío, en este caso de un político, hay una estrategia que es lo que voy a desarrollar, desde el diseño, desde la duración, desde el contenido, desde cuáles son los elementos que van a dinamizar esa interacción, porque precisamente eso me va a permitir a mi medir cuál es el alcance de lo que estás haciendo a través diferentes plataformas tecnológicas.

8. Una es que es muy difícil para un aspirante a cualquier cargo político, poder mostrarse en un medio de cobertura nacional, y voy a empezar con los famosos ejercicios donde tenés una oportunidad nada más, si te va bien, y en ese espacio de cobertura vamos a limitar cuantas veces participo yo, y capacidad tengo yo de poder comunicar, en un lenguaje llano, en un lenguaje sencillo, que no todos los políticos tienen ese manejo de verbo para poder buscar un equilibrio y llegar a los diferentes sectores, entonces, en los medios locales la exposición y la frecuencia va a ser mayor, es interesante porque el mismo político busca el medio, y el mismo medio quiere buscar al político, porque es una relación estratégica en ambos sentidos, el medio necesita de esa presencia del político, porque de una u otra manera le va a dar un plus en el nivel de plataforma y el político también lo va a requerir, porque él se va a mostrar y se va a exponer.

Son vitales en tanto y cuanto el medio no pierda su independencia, y no pierda su estructura, el medio no pierda su razón de ser y los elementos los propósitos y la esencia en la cual se

conformó. En el momento que el medio pierda esa esencia, porque ya perdió objetividad, perdió criterio porque se antepone una situación particular con cualquiera de los políticos, ahí sí estamos afectando el proceso, porque estamos afectando la información que le está llegando a un usuario general.

Apéndice H. Respuestas grupo focal

1. ¿Qué piensan de la unión de medios regionales de Puntarenas llamada ACOP?

Allan: Bueno, lo que yo opino es que, es muy bueno, ya que dan diferentes puntos de vista hacia diferentes postulados a la alcaldía y también mantienen informados al pueblo.

Elías: Bueno, yo seguí muy de cerca en realidad las elecciones de ahí de Puntarenas, debido al señor Leonel Ramírez aquí presente, y me di cuenta de dos cosas que para mí fueron muy importantes de esta unión, primero manejaron un mismo mensaje desde el enfoque de cada medio que fue muy importante, porque a veces los medios son muy incongruentes en la forma en la que distribuyen la información en la población, entonces usted dice tal vez voy a ver este, pero este me dice otra cosa, entonces la unión creo que permite tener como un balance más equitativo entre los medios, y que, siento yo desde mi punto de vista, influyeron mucho en la elección de la alcaldía.

Aaron: Sí, en eso sí tiene razón Elías, estoy de acuerdo con lo que dijo, gracias a que conoce uno toda la parte de la historia, todo lo que ofrece cada partido o cada aspecto de todas las elecciones.

Benjamín: Yo creo que unificar como los canales de dialogo, son una idea muy buena, sí se aumenta los seguidores y demás, y es como una plataforma para que los puntarenenses se informen. El detalle es ¿qué clase de información nos aportaron? Y ¿Qué clase de entrevistas? Porque fácilmente pudieron llegar y hacer una entrevista, tal vez ponerle el micrófono al candidato para que se exprese, y no sé, y hable bajo la línea que quiera ir, pero, a punto como eso, a ¿qué tipo de información nos llevaron? Y esa sucesión como marcó las elecciones municipales, además de informar.

Elías: Yo creo que básicamente influyeron mucho en la no reelección del alcalde, porque si había muchos huecos que había dejado, entonces, no es como que hicieron cuenta “ah Puntarenas está más o menos y vamos a votar por el mismo”, no, no, okey ¿qué se está

haciendo? ¿Qué no se está haciendo? Y en ¿qué se puede mejorar? Y en ¿qué ha fallado? Y por eso decía antes que influyó mucho la información que se repartió a la población.

Shamir: A mí me parece la iniciativa excelente, no puedo decir lo mismo de cómo se ejecutó verdad, porque hubo ciertos fallos ahí, pero todo es parte de la experiencia. Sinceramente a mí me parece que sí colaboró demasiado en lo que sería la recolección de datos para la ciudadanía, porque como se unificó tanto la información, hubo tal vez esa forma más sencilla y dinámica de informarse.

2. ¿Creen que los medios regionales generaron interés en el público al cubrir los medios regionales?

Allan: Yo en mis 21 años de vivir en Puntarenas, hasta ahorita me doy cuenta de los diferentes partidos y los diferentes postulados a la alcaldía, porque uno de aquí para atrás lo único que sabe es de uno o tres postulados, y conoce ahí más o menos la información o qué tienen para el cantón, pero con esta unificación, esta iniciativa más bien se vio que hay una gama diversa de diferentes postulados y que tienen diferentes puntos de vista para poder ayudar a Puntarenas.

Aaron: Como dijo Allan, normalmente anteriormente uno lo que sabía cómo mucho eran chismes de la gente que estaba postulada, sino que ahora, uno puede tener como una pista de cada candidato y ver por qué votar y por cual elegir, por cual motivo más que todo, cuál ofrece una mejor opción para la provincia o el cantón siga mejorando.

Elías: Bueno yo creo que fue un cambio más que de provincia o de cantón en todo Costa Rica, porque como lo decía antes Allan si no me equivoco, antes uno conocía, yo tengo 22 años y esta es la primera vez que puedo votar, pero antes uno conocía el alcalde que estaba, si era que lo conocía, y el otro partido fuerte y se acabó, usted no conocía propuestas no sabía nada, entonces creo que después de muchos años se le tomó la importancia que merece a la elección de un alcalde, al quién va a regir una municipalidad, a las opciones que tiene, a qué está proponiendo, y por supuesto que los medios influyeron mucho, porque son los principales vehículos por los que la gente se puede informar, y como usted decía, hay entrevistas a cada candidato, hay videos, hay información, se andaba por todo lado, por ejemplo en PDF de los planes, si hubo mucho abstencionismo igual, como siempre hay aquí en Costa Rica, pero siento

yo que ya se le está tomando la importancia que debe tener, y en parte es por la información que revelan los medios, y más que todo por esta unión.

Benjamín: Yo creo que se proyectó como a los postulados, se proyectó como las propuestas de ellos, y al haber como este movimiento de información, sí despertó algún interés en la gente.

Shamir: Sinceramente para mí sí, más que todo porque se pudieron tomar temas que durante años se evadieron en el Concejo Municipal, Leo no me deja mentir en ese aspecto, ya que, podemos decir como se dice vulgarmente “pusieron a los candidatos con el cuchillo contra la pared”, y como dijo Elías, también los planes de Gobierno es la primera vez que yo puedo leer en sí qué es lo que piensan y qué es lo que desean llevar acabo el candidatos y sus dirigentes.

3. ¿ACOP habrá influido la decisión de los votantes para elegir un candidato?

Elías: Creo yo, tomándome el atrevimiento y como lo dije anteriormente, no tanto influyó en la elección, si no en la no reelección del alcalde que estaba vigente en ese momento, porque tenía muchos huecos en todos sus planes, en todos sus proyectos, y había cosas muy irregulares que siento yo que tal vez si no se hubieran revelado, si no se hubiera repartido toda esa información revelado a otro candidatos y otras propuestas, es muy probable que se hubiera mantenido ahí. Pero como le digo, creo yo que no tanto en la elección, si no en la no reelección del candidato que estaba en ese momento.

Allan: Yo opino lo mismo que Elías, funcionó más para la no reelección porque si uno se pone a ver la mayoría de partidos políticos estaba muy parecido, pero el partido de Randall tenía como que iba volver a quedar, porque era muy popular entre la gente de Puntarenas, pero estos medios sacaron a relucir las cosas malas que tenía ese partido y todo lo que ha generado al cantón de Puntarenas, todo el atraso o progreso que se pudo haber avanzado en ese tiempo, estos medios de comunicación lo mostraron desencargaron a don Randall.

Aaron: Sí como dijo Allan, tal vez sí influyeron como dijo Leonel, con ese partido (UPE) que creció de la nada, y como dijo él tuvo una gran cantidad de votos, eso sí pudo haber influido mucho en los medios, pero como siempre en Costa Rica la gente va con el partido político, no se va por el bien del país o el bien que vaya hacer el partido, sino más que todo es por interés.

Benjamín: Para mí no fue como que influyeran directamente como en la decisión del voto, sino más bien fue como una opción que la gente tenía a su alcance, como la plataforma informaba y ya, pero no hubo como gran relevancia a la hora de influir en el voto.

Shamir: Yo por mi parte podría decir que solamente un 40% , porque sinceramente el otro 60% fueron votantes guiados por su favoritismo, como dijo Leo con el tema de UPE, mucha gente se guio por el favoritismo que se dio con doña Kathya que salió de la nada, fue un partido que tuvo bastante relevancia en las elecciones, pero yo diría como dijo Allan, más que todo influyó en la no reelección al partido de Randall Chavarría, pero tanto ACOP como medios externos ayudaron en este tema.

4. ¿Este tipo de coberturas beneficia a los puntarenenses?

Elías: Por supuesto que sí, toda información que se pueda recabar es muy importante y como lo hemos mencionado anteriormente, yo creo que casi que todos, antes no se conocía casi nada acerca de elecciones municipales, no se conocía casi nada acerca de planes, acerca de qué habían hecho de que no habían hecho, entonces desde mi punto de vista siento yo que tuvo un impacto muy grande esta unión, puesto que mucha gente se pudo informar mediante este, pudo saber, pudo elegir si iba ir a votar, a quién iba a votar, hay muchas personas como le digo que no fueron a votar igualmente, pero el hecho de que ya la población se esté dando cuenta de las cosas que están pasando, y como le dije anteriormente, se le tomen la importancia que se debe de las elecciones municipales, es en muy gran parte debido a esa unión, porque sin esa información que se pudo generar, creo yo que seguiríamos igual de cómo hemos seguido en los años pasados, y estas elecciones tuvieron un cambio muy significativo en la población, y siento yo que si benefició mucho.

Aaron: Al principio el cambio va a ser lento, esto va ir mejorando, las personas se van a seguir dando cuenta de que hay que tomar una decisión más acertada, yo creo que tienen que informarse mejor y buscar estos medios para tener un panorama más amplio de cómo están las elecciones y los partidos.

Allan: Yo opino que esto ayudó mucho a generalizar la información, y a tener una forma más asertiva de llegar a las diferentes personas en todo el cantón, mucha gente utiliza las redes sociales, no creo que se pongan a leer algo directamente, entonces esto ayuda mucho a que las

personas se informen directamente en las redes sociales donde está toda la información y está generalizada, y que ayude a lograr organizar información y que las personas tomen una decisión por cuál votar.

Benjamín: Es un muy buen espacio tal vez como para el intercambio de opiniones, como para el debate, y eso es como lo que rescato, se crean plataformas donde la gente emite sus opiniones, y antes era más difícil expresarse u opinar acerca del Gobierno Local, entonces con esa asociación, con el conjunto de esfuerzos de estos medios de comunicación permite que el porteño se exprese.

Shamir: En mi opinión personal sí, porque una gran parte de la gente que formaba este equipo de la ACOP, era gente con experiencia, por lo cual lograron informar de una manera responsable y transparente a la ciudadanía.

Apéndice I. Capturas del análisis de contenido

Figura 1: Entrevista de medios regionales a candidatos.



Figura 2: Entrevista de medios regionales a candidatos.



Ga Gamboa · 17:53 Muy respetables sus historias, pero cuáles son las propuestas concretas para el cantón?

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 1 año



Shirley Loria · 28:12 Monteverde con nueva República !!
La mejor opción para Puntarenas!!

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 1 año



Virginia Calderon · 2:14 Excelente iniciativa
👏👏👏

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 1 año



Luigi Castillo Castillo · 44:31 Pregunta para los tres ¿Cuál es la propuesta para mejorar la calidad de vida de los porteños? Hay un 80% de población viviendo en desempleo y pobreza. ¿Qué prospecto de solución a este flagelo?

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 1 año · [Editado](#)

Figura 3: Reproducciones de transmisiones en el medio regional Puntarenas Se Oye.

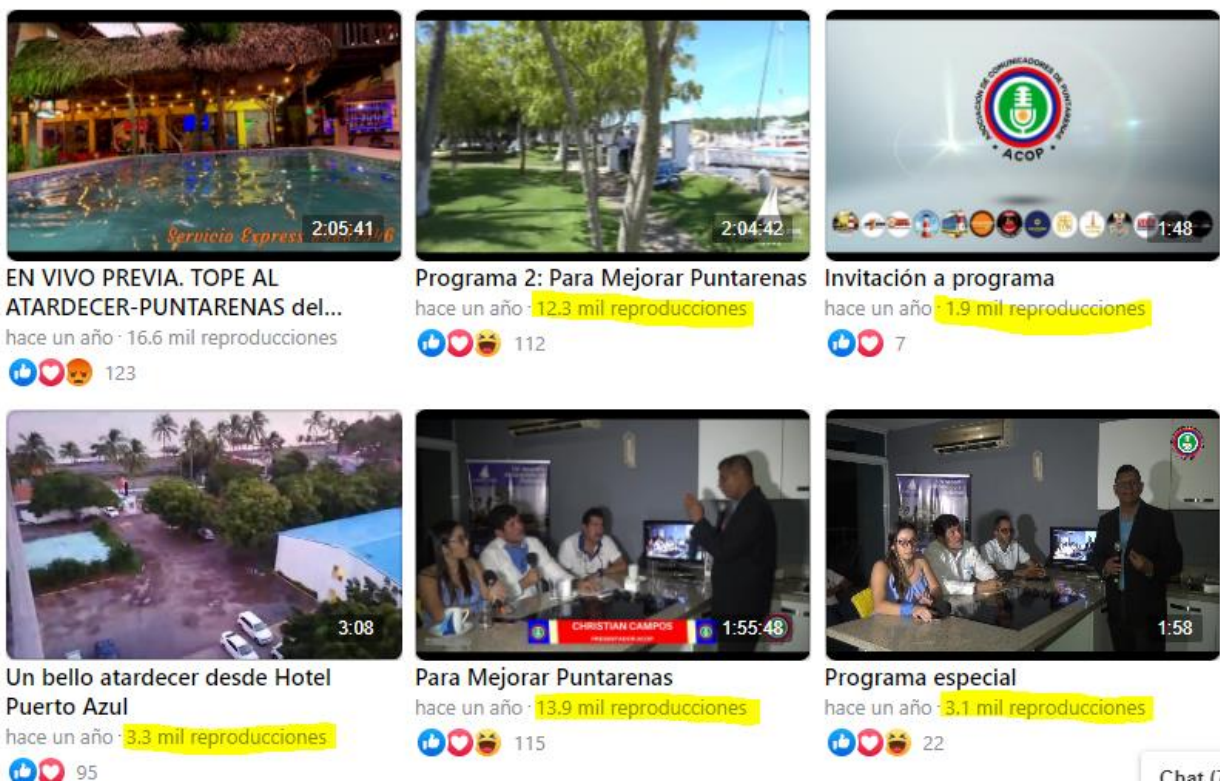


Figura 4: Reproducciones de transmisiones en el medio regional Antena Porteña.

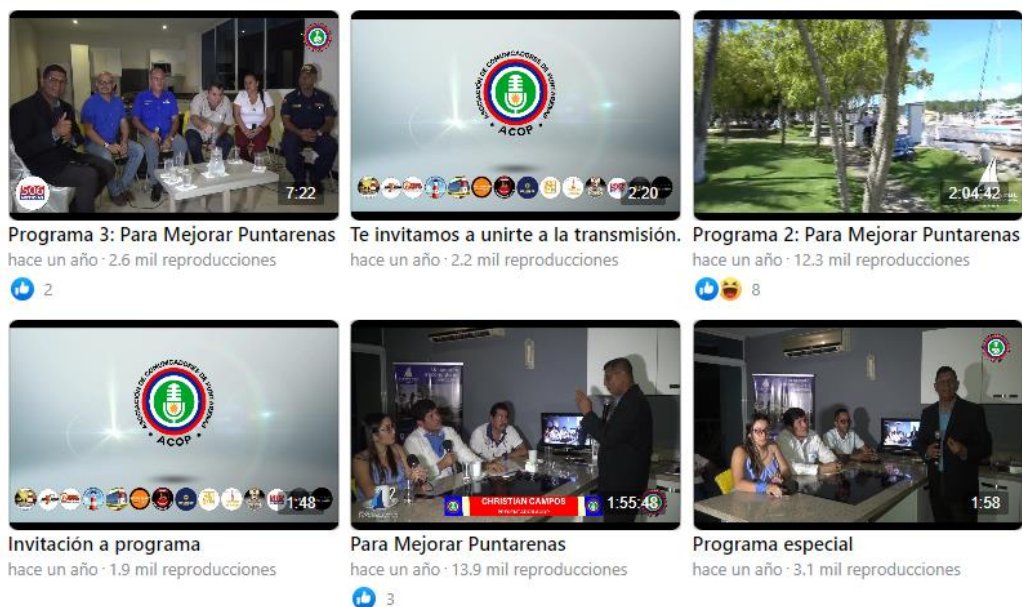


Figura 5: Entrevista a Kathia Berdugo de UPE.



Figura 6: Reproducciones de transmisiones Puntarenas Se Oye 2.



A partir de mayo de 2020 el matrimonio igualitario será una...
hace un año · 12.8 mil reproducciones

522



¡Ponga atención! Cuidado lo estafan, no caiga en las llamadas sobre...
hace un año · 668.8 mil reproducciones

5.3 mil



EN VIVO #ProgramaEspecial Hoy en nuestro programa estamos con...
hace un año · 8 mil reproducciones

18



Programa 3: Para Mejorar Puntarenas
hace un año · 2.6 mil reproducciones

9



Te invitamos a unirse a la transmisión.
hace un año · 2.2 mil reproducciones

13



Frente a la Coca Cola en El Roble de Puntarenas un camión se sale de...
hace un año · 4.1 mil reproducciones

30

Figura 7: Reproducciones de transmisiones en Antena Porteña 2.



Figura 8: Lo de ACOP y medios regionales asociados en total.

