

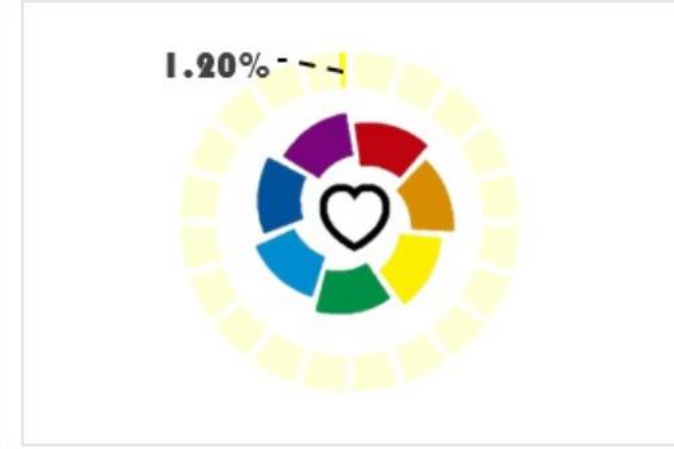
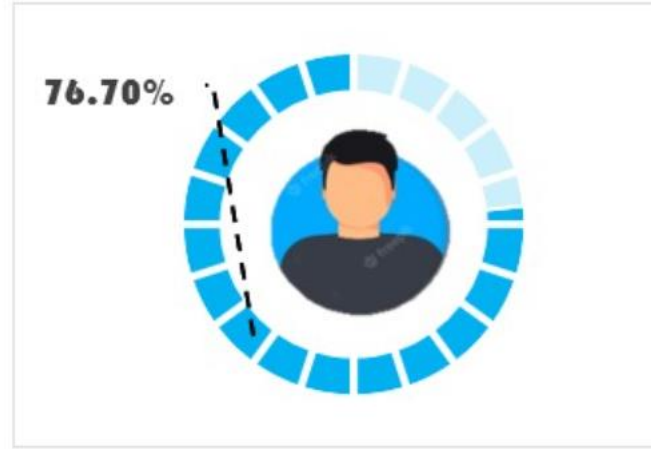
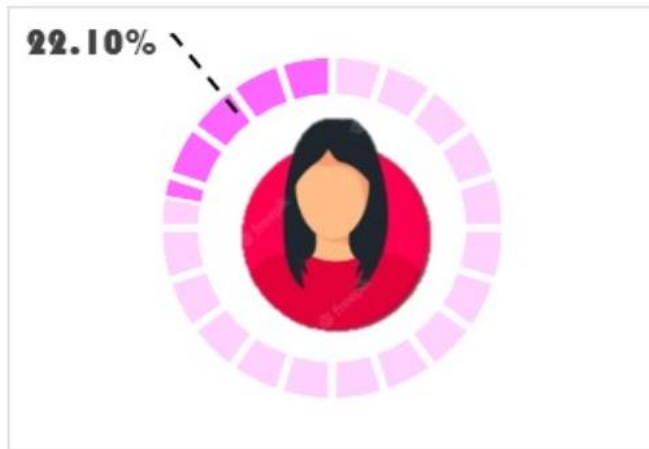
CARACTERIZACIÓN DE MEDIOS COMUNITARIOS, ALTERNATIVOS E INDEPENDIENTES DEL DISTRITO CAPITAL DE BOGOTÁ



Ficha técnica	
Objetivo	Obtener información cuantificable que permita entender la situación actual de los medios comunitarios, alternativos e independientes en Bogotá
Persona jurídica que realizó	CABALLERO ELECTORAL SAS
Persona jurídica que la encomendó y fuente de financiación	LIANZA MEDIOS Y GESTIÓN DE TELECOMUNICACIONES SAS. Nit. 9016419691 DG 115 No.-45-26 Oficina 401 Bogotá
Ámbito geográfico de estudio	Distrito capital de Bogotá
Población objetivo	La población objetivo está conformada por todos aquellos que son parte activa en la creación, gestión, difusión o apoyo de medios comunitarios, alternativos o independientes en Bogotá, comunicadores que se encuentran afiliados y/o en la base de datos de ALIANZA MEDIOS Y GESTIÓN DE TELECOMUNICACIONES SAS.
Procedimiento utilizado para la selección de las unidades	A partir de la utilización de diversas fuentes de información se realizaron encuesta telefónica afiliados y/o medios en base de datos suministrada por ALIANZA MEDIOS Y GESTIÓN DE TELECOMUNICACIONES SAS.
Tamaño de la muestra	86 medios de comunicación.
Técnica utilizada para la selección de la muestra	Encuesta auto administrada online, accesible base de datos suministrado por ALIANZA MEDIOS Y GESTIÓN DE TELECOMUNICACIONES SAS.
Fecha de recolección	Del 12 al 17 de diciembre de 2024
Temas del formulario	Sociodemográficos, identificación, percepción profesional y fuentes de apoyo y financiamiento
Estadístico	Rosmery Charris Gutiérrez
Preguntas del formulario	Remitirse al formulario adjunto

SOCIODEMOGRAFÍA

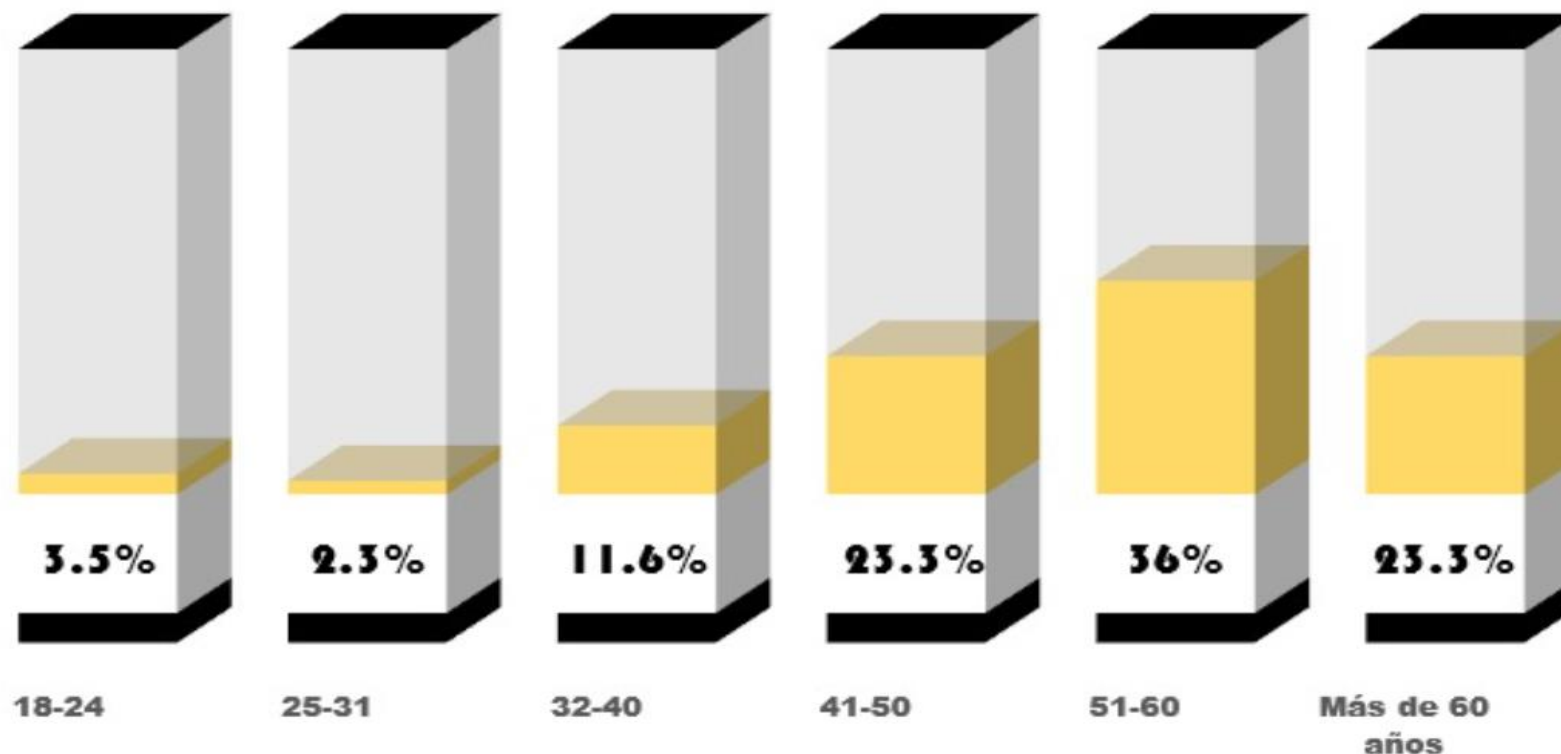
¿Con cuál género te identificas?



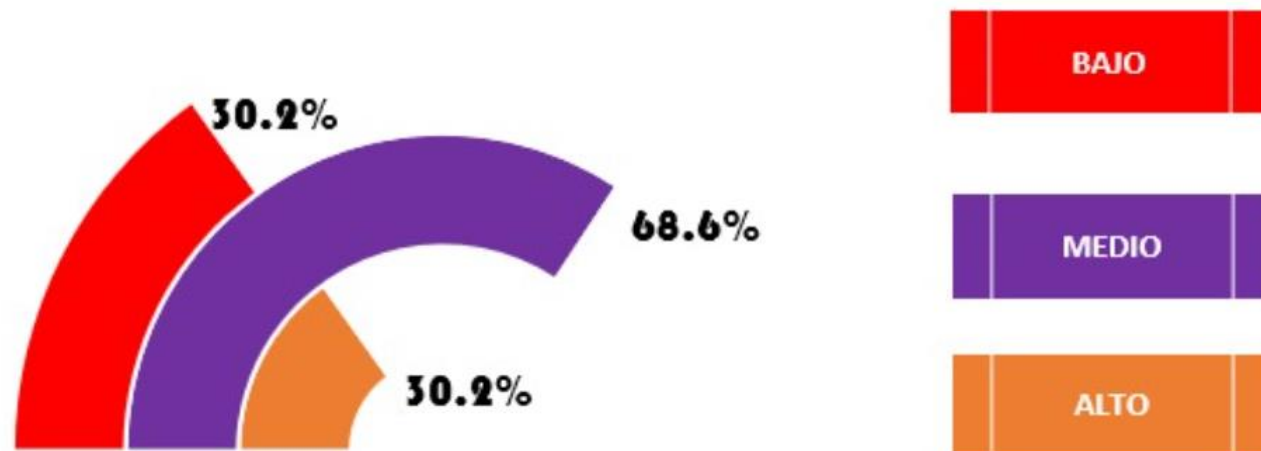
El 76,7% (66) se identifica como masculino, el 22,1% (19) como femenino y el 1,2% (1) como otro.

¿En cuál rango de edad se encuentra?

Los grupos más representados son de 51 a 60 años con un 36% (31) y de más de 60 años con un 23,3% (20), seguido del rango de 41 a 50 años también con un 23,3% (20). Los rangos de 32 a 40 años, 18 a 24 años y 25 a 31 años tienen porcentajes menores, con 11,6% (10), 3,5% (3) y 2,3% (2), respectivamente.

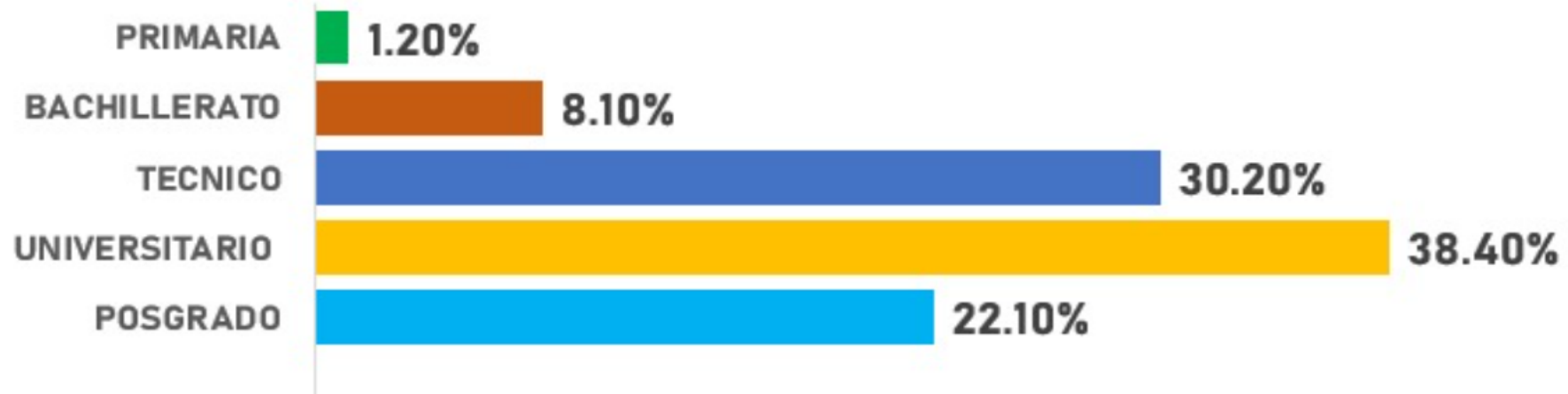


¿En cuál de los siguientes estratos socioeconómicos ejerce su labor de comunicación social comunitaria, alternativa o independiente?



El 68,6% (59) de los encuestados desarrolla su labor en el estrato medio, seguido por un 30,2% (26) en el estrato bajo, mientras que solo un 1,2% (1) lo hace en el estrato alto. Estos datos indican que la mayoría de estas actividades se concentran en sectores medios y bajos de la población.

¿Hasta cuál nivel de educación cursó?



El mayor porcentaje corresponde a nivel universitario con un 38,4% (33), seguido por técnico con un 30,2% (26) y posgrado con un 22,1% (19). Los niveles de bachillerato y primaria tienen representaciones menores, con un 8,1% (7) y 1,2% (1), respectivamente, mientras que ninguno de los encuestados reportó no haber cursado algún nivel educativo. Estos datos muestran un alto nivel de formación académica entre los participantes.

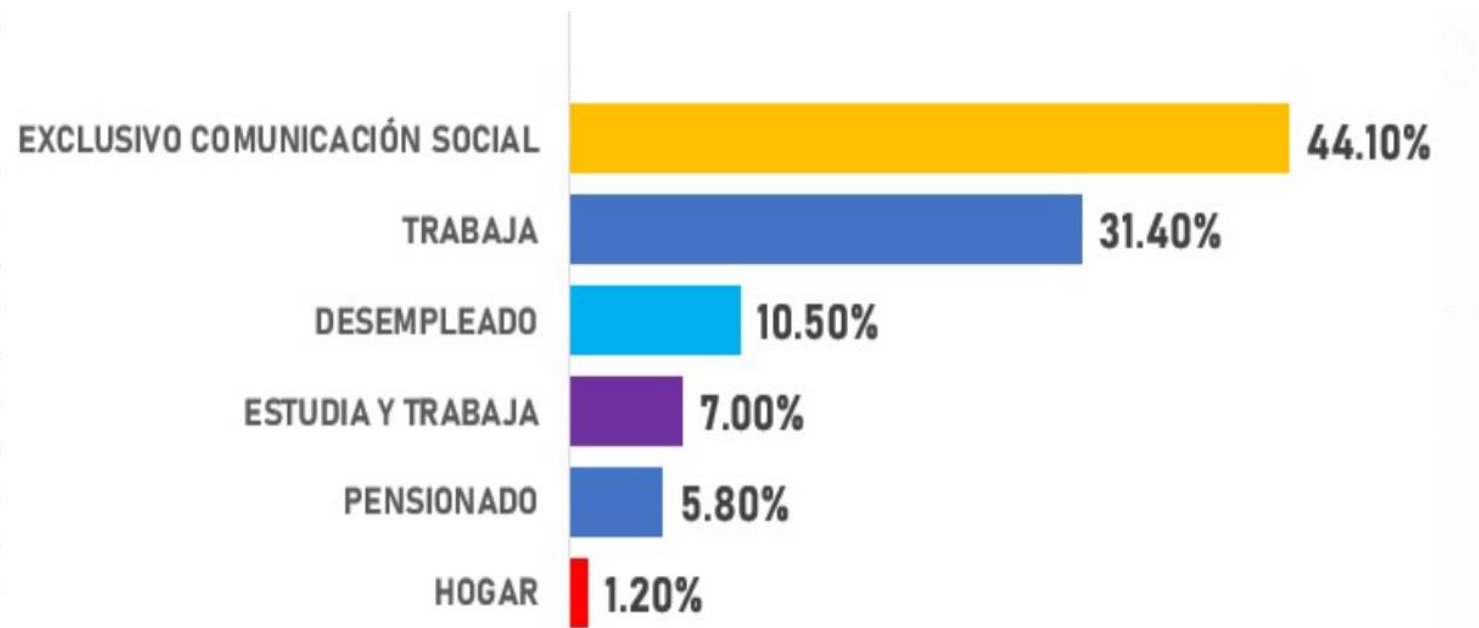
AUTO PERCEPCIÓN

¿Usted se percibe como un comunicador social?



El 43,1% (37) se identifica como comunicador alternativo, el 30,2% (26) como independiente, y el 26,7% (23) como comunitario. Esto evidencia una diversidad de enfoques en el ejercicio de la comunicación social, destacándose el ámbito alternativo como el más representado.

Además de su labor de comunicación social comunitaria, alternativa o independiente, ¿Cuál es su ocupación u oficio en la actualidad?



El 44,1% (38) se dedica exclusivamente a la comunicación social comunitaria, alternativa o independiente, mientras que el 31,4% (27) combina esta labor con un empleo. Otros grupos incluyen un 10,5% (9) de desempleados, un 7% (6) que estudia y trabaja, un 5,8% (5) de pensionados y un 1,2% (1) dedicado a labores del hogar.

¿Siente usted apoyo gubernamental a su labor de comunicación social comunitaria, alternativa o independiente?



Un 82,6% (71) indica que no siente apoyo, mientras que solo un 17,4% (15) afirma recibirlo. Estos datos reflejan una percepción mayoritaria de falta de respaldo gubernamental en este ámbito.

¿Considera que su labor de comunicación social comunitaria, alternativa o independiente es económicamente rentable?



El 87,2% (75) de los encuestados considera que su trabajo no es económicamente rentable, mientras que solo un 12,8% (11) opina lo contrario. Esto pone de manifiesto los retos económicos que enfrentan quienes desempeñan esta labor.

SEGURIDAD

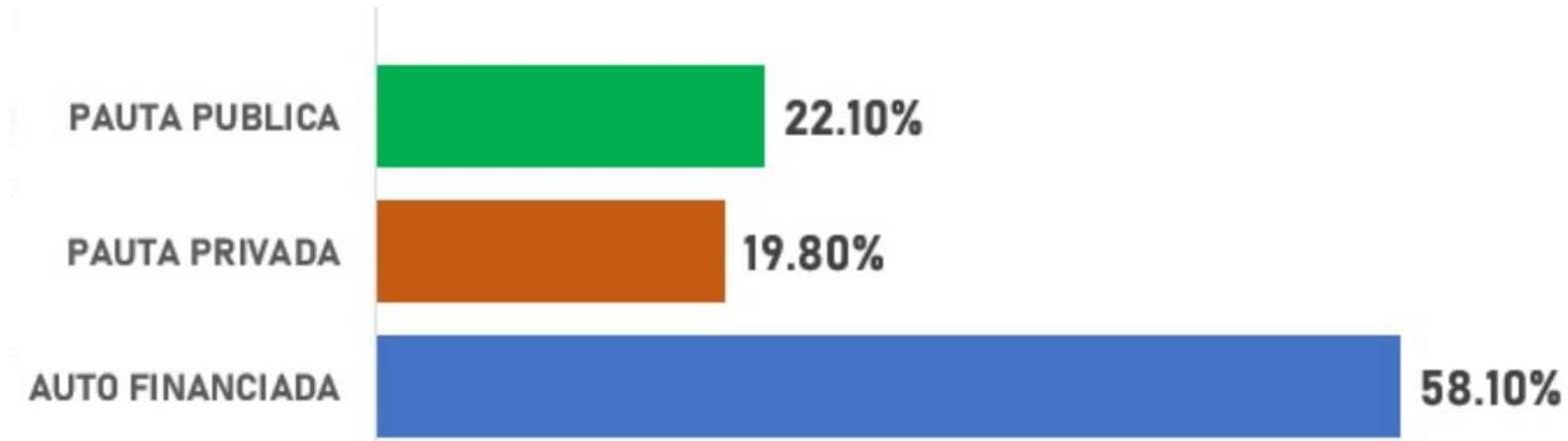
¿Usted cree seguro el ejercicio de su labor de comunicación social comunitaria, alternativa o independiente?



El 64% (55) de los encuestados considera que no es seguro, mientras que el 36% (31) sí lo cree. Estos datos evidencian una preocupación mayoritaria por los riesgos asociados a esta actividad.

FINANCIACIÓN

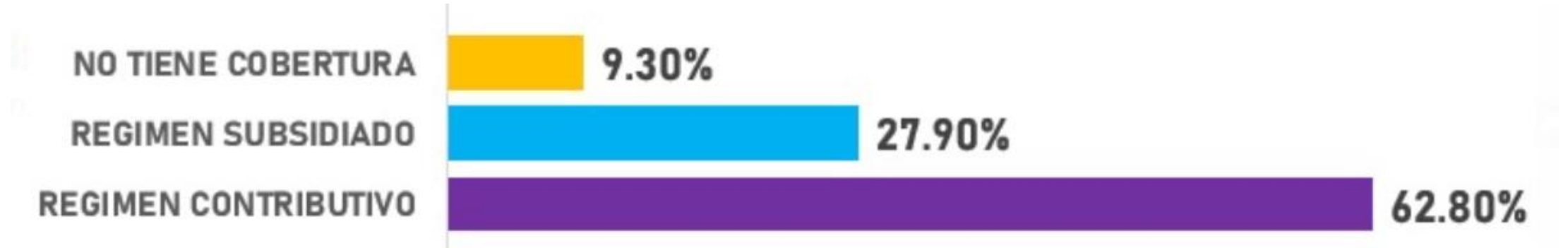
¿Los ingresos por concepto de pauta para financiación de su actividad de comunicación social comunitaria, alternativa o independiente provienen de:?



Un 58,1% (50), se autofinancia con recursos propios, mientras que un 22,1% (19) recibe ingresos por pauta pública y un 19,8% (17) por pauta privada. Esto evidencia que gran parte de los comunicadores dependen principalmente de sus propios recursos para sostener su labor.

SEGURIDAD SOCIAL

Hablando de cobertura de servicios de seguridad en salud, ¿a qué régimen pertenece?



El 62,8% (54) pertenece al régimen contributivo, mientras que el 27,9% (24) está afiliado al régimen subsidiado. Un 9,3% (8) no tiene cobertura en salud, lo que refleja que una parte significativa de los participantes no cuenta con acceso a este servicio básico.

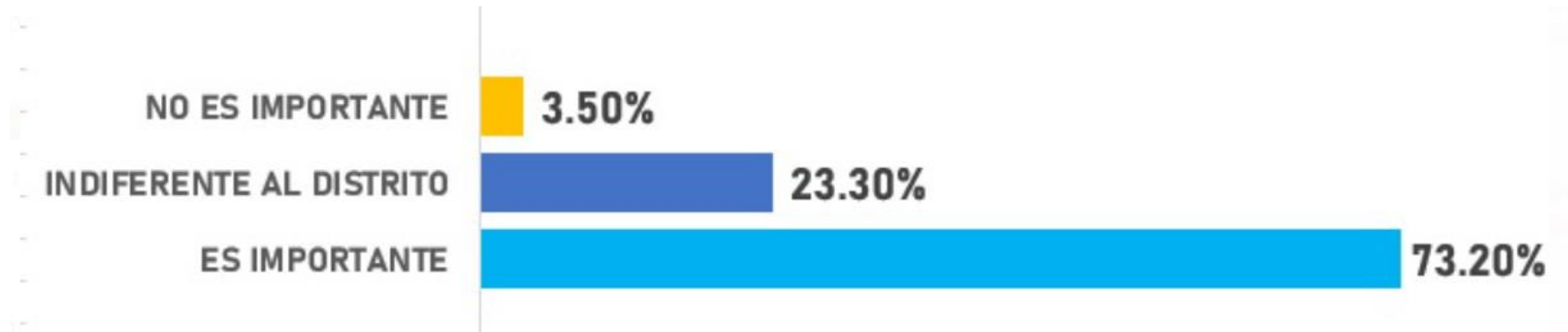
Hablando de cobertura de servicios de seguridad en pensiones, ¿a cuál tipo de fondo pertenece?



Un 40,7% (35) pertenece a un fondo privado, mientras que un 34,9% (30) está afiliado a un fondo público. Sin embargo, un 24,4% (21) no pertenece a ningún fondo de pensión, lo que indica que una cuarta parte de los encuestados no tiene acceso a este tipo de seguridad social.

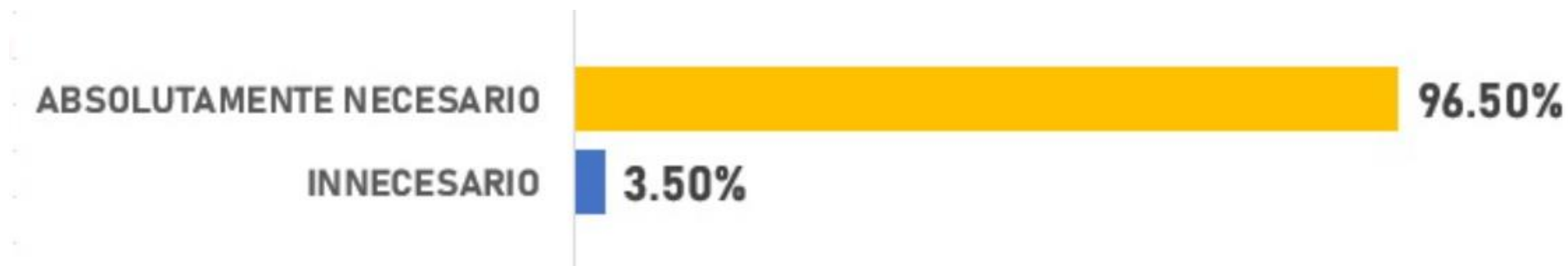
RELACIÓN CON EL DISTRITO DE BOGOTÁ

¿Está convencido de que su actividad de comunicación social comunitaria, alternativa o independiente es importante para la administración del Distrito de Bogotá?



Un 73,2% (63) considera que su labor es importante, mientras que solo un 3,5% (3) opina que no lo es. Un 23,3% (20) considera que al Distrito le es indiferente. Estos datos reflejan una percepción mayoritaria de que esta actividad tiene relevancia, aunque también existe una parte significativa que duda del interés o apoyo del Distrito.

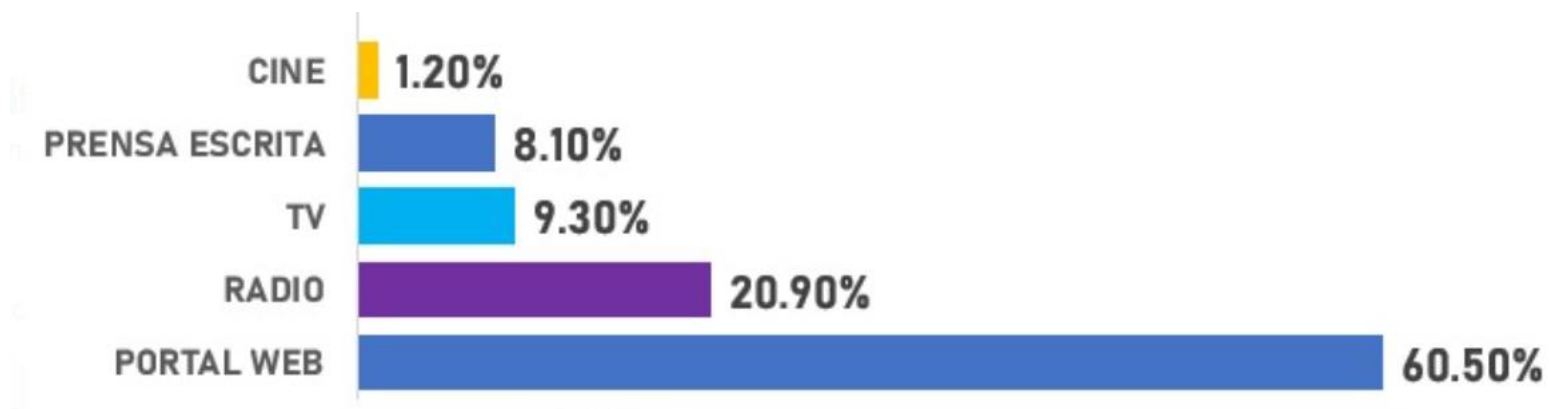
¿Estima necesario que la administración distrital de Bogotá incorpore un rubro en el presupuesto para subsidiar la comunicación social comunitaria, alternativa o independiente?



Un 96,5% (83) considera que es absolutamente necesario, mientras que solo un 3,5% (3) lo considera innecesario. Estos resultados reflejan un fuerte consenso sobre la importancia de este tipo de subsidio para fortalecer la labor de la comunicación social en la ciudad.

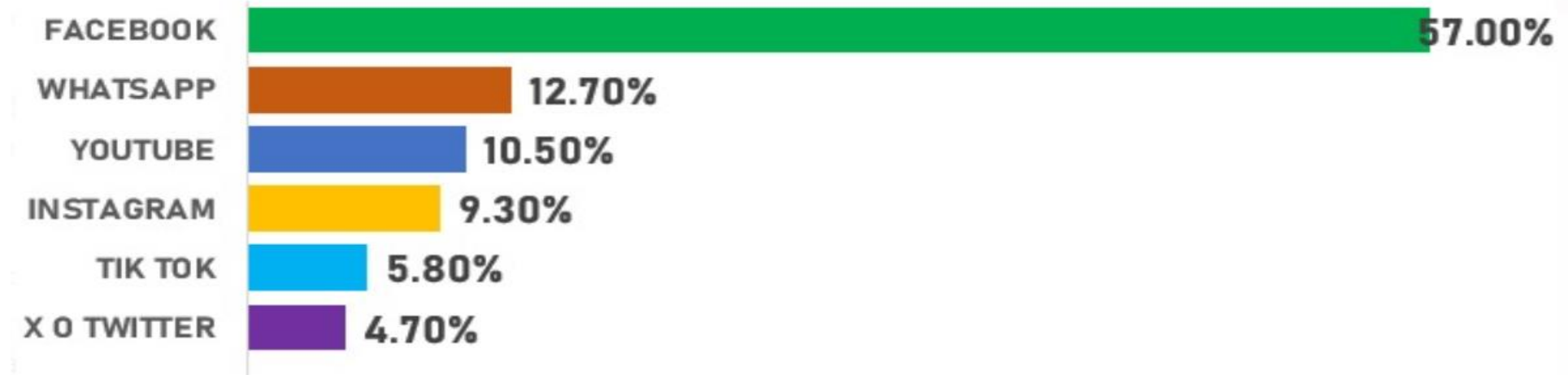
MEDIOS DE DIFUSIÓN Y REDES SOCIALES

Hablando de medios sociales de comunicación, díganos ¿cuál prefiere para difundir sus contenidos?



El 60,5% (52) prefiere utilizar un portal web, seguido por la radio con un 20,9% (18). Otros medios como la televisión, la prensa escrita y el cine tienen representaciones menores, con un 9,3% (8), 8,1% (7) y 1,2% (1), respectivamente. Estos datos indican que los portales web son la opción más popular para la difusión de contenidos entre los encuestados.

Hablando de redes sociales de comunicación, díganos ¿cuál prefiere para difundir sus contenidos?



Con un 57% (49), prefiere usar Facebook, seguida de WhatsApp con un 12,7% (11) e Instagram con un 9,3% (8). Otras plataformas como YouTube, TikTok, X (anteriormente Twitter) y WeChat tienen representaciones menores, con un 10,5% (9), 5,8% (5), 4,7% (4) y sin datos específicos de WeChat, respectivamente. Esto indica que Facebook es la red social más utilizada por los encuestados para la difusión de contenidos.

ANEXOS

ESTUDIO CUANTITATIVO SITUACIÓN MEDIOS COMUNITARIOS, ALTERNATIVOS E INDEPENDIENTES DEL DISTRITO CAPITAL DE BOGOTÁ

1.- GÉNERO: ¿Con cuál género se identifica?

FEMENINO MASCULINO OTRO

Page | 1

2.- EDAD: ¿En cuál rango de edad se encuentra?

- 2.1. De 18 a 24 años.
- 2.2. De 25 a 31 años.
- 2.3. De 32 a 40 años.
- 2.4. De 41 a 50 años.
- 2.5. De 51 a 60 años.
- 2.6. Más de 60 años.

3.- ESTRATO SOCIAL. ¿En cuál de los siguientes estratos socioeconómicos ejerce su labor de comunicación social comunitaria, alternativa o independiente?

3.1. BAJO. 3.2. MEDIO. 3.3. ALTO.

4.- NIVEL EDUCATIVO. ¿Hasta cuál nivel de educación cursó?

- 4.1.- Primaria.
- 4.2.- Bachillerato.
- 4.3.- Técnico.
- 4.4.- Universitario.
- 4.5.- Posgrado.
- 4.6.- Ninguno.

5.- COMUNICACIÓN. ¿Usted se percibe como un comunicador social?

- 5.1.- Comunitario.
- 5.2.- Alternativo.
- 5.3.- Independiente.

6.- OCUPACIÓN U OFICIO. Además de su labor de comunicación social comunitaria, alternativa o independiente, ¿Cuál es su ocupación u oficio en la actualidad?

- 6.1.- Trabaja.
- 6.2.- Estudia.
- 6.3.- Hogar.
- 6.4.- Pensionado.
- 6.5.- Estudia y Trabaja.
- 6.6.- Desempleado.
- 6.7.- Dedicado exclusivamente a la comunicación social comunitaria, alternativa o independiente.

7.- APOYO GUBERNAMENTAL. ¿Siente usted apoyo gubernamental a su labor de comunicación social comunitaria, alternativa o independiente?

- 7.1.- Si siento apoyo.
- 7.2.- No siento apoyo.

Page | 2

8.- SITUACIÓN ECONÓMICA. ¿Considera que su labor de comunicación social comunitaria, alternativa o independiente es económicamente rentable?

- 8.1.- Si lo considero.
- 8.2.- No lo considero.

9.- SEGURIDAD. ¿Usted cree seguro el ejercicio de su labor de comunicación social comunitaria, alternativa o independiente?

- 9.1.- Si lo creo.
- 9.2.- No lo creo.

10.- PAUTA. ¿Los ingresos por concepto de pauta para financiación de su actividad de comunicación social comunitaria, alternativa o independiente provienen de:?

- 10.1.- Pauta Pública.
- 10.2.- Pauta Privada.
- 10.3.- Auto financiada con recursos propios.

11.- SEGURIDAD SOCIAL EN SALUD. ¿Hablando de cobertura de servicios de seguridad en salud a que régimen pertenece?

- 11.1.- Régimen contributivo.
- 11.2.- Régimen subsidiado.
- 11.3.- No tiene cobertura en salud.

12.- SEGURIDAD SOCIAL EN PENSIÓN. ¿Hablando de cobertura de servicios de seguridad en pensiones a cuál tipo de fondo pertenece?

- 12.1.- Fondo Público.
- 12.2.- Fondo Privado.
- 12.3.- No pertenece a fondo de pensión alguno.

13.- IMPORTANCIA MEDIOS COMUNITARIOS PARA EL DISTRITO DE BOGOTÁ. ¿Está convencido que su actividad de comunicación social comunitaria, alternativa o independiente es importante para la administración del Distrito de Bogotá?

- 13.1.- Si es importante.
- 13.2.- No es importante.
- 13.3.- Le es indiferente al Distrito.