

LABREGIONAL - Transformando el periodismo en las regiones

Proyecto de investigación para la creación de un laboratorio de periodismo regional que apoye los procesos de apropiación de herramientas digitales y transformación digital de los medios de comunicación del Chocó

Universidad Santo Tomás
Facultad de Comunicación Social
Proyecto de grado
Especialización en Gerencia Multimedia

Héctor Daniel Espinosa Forero
Ginna Marcela Santisteban Calderón
Jhenny Daniela Viveros Durán

2021

Tabla de contenido

Introducción	3
Planteamiento del problema	4
Preguntas de investigación	10
General	10
Específicas	10
Objetivos	11
Objetivo General	11
Objetivos Específicos	11
Árboles de problemas y objetivos	16
Árbol de problemas	16
Árbol de objetivos	17
Alternativas	18
Marco conceptual	20
Medios regionales	20
Periodismo regional	20
Periodismo digital	20
Transformación digital	21
Laboratorio de periodismo	21
Públicos interesados	22
Consumidores	22
Medios de comunicación	22
Público en general	22
Profesionales asociados	22
Partners estratégicos	22
Otros laboratorios	22
Comunidad/ONG o activistas	23
Expertos en la industria	23
Organizaciones regulatorias	23
Clientes internos	23
Metodología	24
Análisis e interpretación de resultados	26
Encuestas	26
Resultados obtenidos de las encuestas	26
Entrevista	34
Preguntas orientadoras	34

Anexos	37
Base de datos inicial de los medios del Chocó	37
Transcripción de entrevista	41
Referencias Bibliográficas	46

Introducción

El éxito de The New York Times en su reinención y tránsito a lo digital ha marcado la pauta para miles de medios de comunicación alrededor del mundo que intentan sobrevivir en un planeta en constante crisis. El diario neoyorquino ya superó los 5 millones de suscriptores digitales y, como lo informó Forbes, solo en el segundo trimestre de 2020, los ingresos de publicidad y suscriptores de la edición digital del diario alcanzaron los 185,5 millones de dólares, superando las cifras de la versión impresa, que obtuvo 175,4 millones.

Con base en este modelo, muchos medios de comunicación han integrado con éxito las herramientas y plataformas digitales para incluso patentar nuevas narrativas, estilos, formas de contar las historias. Pero para muchos otros, la experiencia no ha sido del todo positiva porque aunque han invertido en la transformación digital los resultados no se traducen en ganancias. Para seguir este camino del éxito marcado por The New York Times, no sobraría interiorizar los valores que soportaron la visión de cambio del diario, que tiene en su centro a sus lectores y la calidad de los contenidos.

Profundamente convencidos de que la clave de la reinención, de una exitosa como la del referente estadounidense, está en la calidad de los contenidos, la idea de crear un laboratorio de periodismo en donde los comunicadores y creadores de contenidos pudieran desarrollar sus habilidades para responder a las necesidades de la audiencia actual, surgió como una buena propuesta para aportar valor. Pero, la idea debía ir más allá: llevar el laboratorio a las regiones de Colombia, a donde los periodistas aún no conocen bien sobre manejo de redes sociales, contenidos hipermediales o transmisiones en vivo.

Con este objetivo en mente nace LabRegional, el laboratorio de periodismo que llega a las regiones para apoyar a los periodistas locales y a sus medios en la transformación digital, con el fin de que sean sostenibles en la era digital, pero más allá de eso, que empiecen a ser reconocidas sus historias y se le dé valor a su trabajo. Por eso, LabRegional, más que un proyecto, es un propósito de vida y un sueño que se empieza a construir desde ahora.

Planteamiento del problema

La era digital ha afectado al ámbito de los medios de comunicación, los cuales están presentes en la Red y se reinventan y crecen continuamente con nuevas herramientas y servicios para aprovechar al máximo las ventajas, los atractivos y los valores añadidos que proporcionan las Tecnologías de la Información y de la Comunicación.

Carlos Oliva Marañón

Problemática:

Apropiación de herramientas digitales en línea por parte de los medios de comunicación del Chocó, al momento de transformar el periodismo en la región.

Planteamiento del problema:

La transformación tecnológica que ha vivido el mundo a lo largo de los años ha provocado que las formas de comunicación y relacionamiento en sociedad cambien de forma acelerada. Según Ramón Salaverrí, esta forma de periodismo es definida como aquella que "emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos". (Salaverría, 2001: 323). Y, por su parte, Jesús Martín Barbero (2004) se refería a esta transformación con el concepto *Sociedad de la información*, y expresa que no se deben contemplar solamente los cambios y avances de los aparatos, medios o instrumentos, sino que se debe comprender y analizar el nacimiento de un nuevo medio (*on line*), que maneja un lenguaje propio, y que genera cambios en las formas de organización social.

Con base en lo anterior, los medios que usan plataformas de comunicación tradicionales (radio, prensa y televisión) han identificado la necesidad de incursionar en este nuevo medio digital *on line*, y adaptarse al lenguaje digital, entre otras cosas para llegar a un volumen de audiencia mayor.

La aparición de los medios digitales y el uso de las redes de comunicación han supuesto el nacimiento de un nuevo medio de información, con un lenguaje propio y con unas características de comunicación y contenidos diferentes a cualquiera de los medios tradicionales (prensa, radio y

televisión). Junto al cambio en el modo de representar y distribuir la información, se han roto las barreras del tiempo y del espacio que atenazan a la prensa bajo el soporte papel. La prensa on line presenta ventajas de inmediatez y ubicuidad a las que no puede llegar un producto físico como el periódico tradicional, que requiere ser transportado, distribuido y adquirido en un punto de venta concreto. (Cabrera, M., 2001)

Como parte de este proceso adaptativo a lo digital, los medios de comunicación han encontrado en herramientas como las redes sociales, blogs y páginas web, una oportunidad para incrementar su posicionamiento y tener un mayor reconocimiento en un público objetivo y de interés.

En Colombia, los procesos de transformación tecnológica se han dado de manera paulatina, es innegable que en las zonas urbanas existe una apropiación exacerbada de los medios digitales, por parte de periodistas y ciudadanos en general, debido a las altas posibilidades de acceso a internet y dispositivos tecnológicos, en relación con las personas que habitan las zonas rurales del país.

Sin embargo, en distintas regiones del territorio nacional ha surgido la necesidad de que la comunidad se apropie de procesos periodísticos para dar a conocer sus realidades en el contexto nacional. Factores de inequidad, ubicación geográfica y conflicto armado, entre otros, han hecho que su derecho a la información sea vulnerado y no ha sido posible la apropiación o acceso a medios digitales: *“Desde hace varios años el periodismo regional atraviesa una difícil situación. La violencia en los territorios, la falta de recursos y la pandemia dificultan cada día más el oficio y ponen en duda su continuidad. Ante estas circunstancias, la sociedad puede perder su derecho a estar informada.”* (Semana, 2020).

Por otro lado, de acuerdo con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, MinTic (2020) *“en cuanto a conexiones móviles a Internet, el país cerró el primer trimestre con una cifra cercana a los 30 millones de accesos. De esta manera, se registran 6 accesos a Internet móvil por cada 10 colombianos. De éstos, 7 de cada 10 accesos móviles a Internet se realizan en tecnología 4G.”*, lo cual permite analizar que aproximadamente un 40% de la población a nivel nacional no

cuenta con acceso a internet y aproximadamente un 30% del país no tiene acceso a un dispositivo móvil.

Sin embargo, los periodistas (especialmente los regionales) se enfrentan al reto de adaptarse al lenguaje y formatos del medio *on line*, necesitan adquirir competencias y conocimiento en el manejo de herramientas digitales:

La era de la información digital plantea a los periodistas grandes retos, derivados de la coexistencia de medios tradicionales con nuevas posibilidades comunicacionales que abren espacios a un mundo interactivo, inmediato y globalizado, donde la formación del comunicador social demanda renovadas prácticas educativas que le permitan, al futuro egresado, adquirir competencias y saberes para defenderse en un mercado ocupacional que cada vez exige más y mayores capacidades tecnológicas, así como también la fusión entre prácticas profesionales convencionales y emergentes, y una mayor creatividad e interdisciplinariedad del conocimiento. (*Villalobos, F.; Montiel, M., 2005*)

La presente investigación se enfoca en un sector específico: periodismo y contenidos digitales en el departamento del Chocó, Colombia. Lo anterior, fue definido bajo las características socioeconómicas y culturales del territorio.

Según la FLIP en el Chocó existen 45 medios de comunicación y 29 de ellos no han establecido ningún tipo de vinculación laboral para sus colaboradores, tres son de la fuerza pública. La radio es la principal plataforma: hay 24 emisoras y 12 canales de televisión, por su parte los medios digitales y la prensa escrita son escasos; el departamento cuenta con siete periódicos y dos portales web.

En relación con los efectos del conflicto armado en el territorio, la Fundación para la Libertad de prensa afirma que el 53% de la población vive en municipios en silencio, esto se traduce en territorios donde no existen medios de comunicación que produzcan noticias regionales.

Como parte del ejercicio, se realizó una entrevista a Mario Luis Benítez Arboleda, creador de la emisora digital Mario en Tu Radio y presidente del círculo de periodistas del Chocó, y quien a través de sus respuestas orientó el planteamiento.

“El Periodismo en el Chocó, enfrenta una crisis económica que no es de ahora, sino que ha sido el momento de hacerse más visible lo que ha hecho que la formación de periodistas chocoano cambie, muchos que no estaban preparados para hacer Periodismo Digital lo están haciendo a su manera; pero lo están haciendo. Es como si se tratara de la supervivencia comunicacional”.

Lo anterior supone un reto de forma y de fondo para los periodistas del departamento que, según afirma el periodista Mario Luis, viven un proceso de transformación debido a la crisis económica y a la poca demanda de formatos tradicionales, por parte de instituciones y ciudadanos.

Esta situación afecta directamente el quehacer de los periodistas formales del Chocó, puesto que su labor en la creación de contenido de coyuntura o relacionado con una fuente específica se ve permeada por la falta de financiación y poco interés. Esto, motivado entre otras cosas por el auge de las plataformas digitales que provoca que las entidades o instituciones no vean la necesidad de acudir a los medios para dar a conocer información o crear contenido: “en el Chocó no hay grandes empresas que pauten constantemente, hoy ponen la pauta y en un mes te están diciendo no sigamos más porque no lo ven relevante, bien sea porque les parece mejor utilizar sus propias páginas, porque no les interesa más o porque es muy caro el servicio”.

Cabe destacar que, parte del planteamiento identificado tiene sus raíces también en el cierre obligatorio de medios de comunicación que han sido icónicos en el departamento pero que al no encontrar una oportunidad de financiación se ven obligados a concluir su labor periodística.

Por lo anterior, se hace necesario que los medios de comunicación del departamento del Chocó identifiquen las herramientas de creación de contenido y las apropien al momento de comunicar desde la región.

Además, es necesario conocer la forma en que se está haciendo periodismo en medio de una transición digital que parece inevitable, aún en las regiones, donde la llegada de las herramientas digitales en línea no es tan acelerada, por ejemplo, en el departamento del Chocó.

Preguntas de investigación

General

¿Cómo los periodistas de los medios regionales del Chocó pueden apropiarse de herramientas digitales para construir narrativas desde la región y generar la digitalización del medio al que pertenecen?

Específicas

1. ¿Existen bases de datos de medios de comunicación del Chocó que permitan caracterizar el tipo de medio, contenido que generan y su nivel de digitalización?
2. ¿Cuál es la necesidad que tienen los medios de comunicación del Chocó para digitalizarse e implementar el uso herramientas digitales en línea?
3. ¿Cuáles son las temáticas de interés en materia de herramientas digitales que buscan aprender los periodistas de los medios de comunicación del Chocó?
4. ¿Existe alguna oportunidad de desarrollo económico para los periodistas de los medios regionales del Chocó que surja con base en el uso de las herramientas digitales?.
5. ¿Cómo los periodistas de los medios de comunicación del Chocó se apropian de las herramientas digitales para transformar el periodismo y narrar su región?

Objetivos

Objetivo General

Proponer la creación de un laboratorio de periodismo digital en las regiones que brinde herramientas pedagógicas, soportadas en una plataforma web para que los medios de comunicación del Chocó se apropien de herramientas digitales para la construcción de contenidos desde la región y contribuir a la digitalización del medio al que pertenecen.

Objetivos Específicos

1. Crear una base de datos de los medios de comunicación del Chocó identificando el tipo de medio, contenido que generan y su grado de digitalización.
2. Identificar la necesidad que tienen los medios de comunicación del Chocó para digitalizarse e implementar el uso herramientas digitales en línea.
3. Establecer las líneas temáticas y las herramientas digitales que buscan aprender los periodistas de los medios de comunicación del Chocó.
4. Identificar oportunidades de desarrollo económico para los periodistas de los medios regionales del Chocó.
5. Analizar el nivel de apropiación frente al uso de herramientas digitales en línea por parte de los periodistas de los medios de comunicación del Chocó.

Estado del Arte

La función del periodismo es informar a la sociedad, indagar sobre aquellos asuntos que preocupan a la ciudadanía y cumplir una labor fiscalizadora sobre el actuar de los poderes del Estado. A través de noticias, reportajes, crónicas, perfiles, entrevistas y otros formatos nativos de la era digital, como las infografías o las publicaciones en redes sociales, los periodistas tratan de dar cuenta de los acontecimientos de su entorno.

Antecedentes

En Colombia, esos entornos son diversos y no han podido ser contados ni informados del todo, debido, en parte, a la centralización del periodismo y de los grandes medios de comunicación que informan al país y que han enfocado sus publicaciones en contar lo que sucede desde las capitales como Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla. Pero también, como lo señala Germán Ayala Osorio en el artículo 'El periodismo en Colombia: una historia de compromisos con poderes tradicionales', "los medios de comunicación, por lo menos en Colombia, se constituyeron y se constituyen aún en brazos o apéndices ideológicos de una reducida élite económica y política que ejerció y ejerce influencia en ámbitos diversos de la vida nacional, como el cultural, el social, el político y el económico". (Ayala, s.f.)

Lo anterior ha hecho que el periodismo en Colombia haya estado históricamente inclinado a favorecer los discursos de quienes ostentan el poder político y económico que tienen hegemonía y ejercen supremacía ante proyectos divergentes, con ideas diversas. De ese modo, el debate público y el contenido de los medios de comunicación ha girado en torno a los intereses del poder, que precisamente no se ejerce desde las regiones, pero desde donde sí se producen buena parte de las noticias de orden público que afectan la estabilidad del país.

En su artículo "Los medios de comunicación en Colombia frente a las demandas de los ciudadanos", el investigador Gabriel Alba Gutiérrez, cita una la investigación sobre las agendas informativas de los medios de Comunicación en Colombia,

realizada por un grupo de investigadores la Universidad Javeriana (Bonilla y Cadavid, 2004). Alba dice que este estudio “ratifica” que los medios ofrecen un periodismo en el que predominan las versiones oficiales sin contraste de variedad de fuentes o personas y documentos que se consultan para contrastar la información. Además, de acuerdo con el estudio de la Javeriana, “el epicentro de los acontecimientos está en Bogotá (52%) y en los departamentos y las regiones (27%)” (Alba, 2009) .

Esta invisibilización, más dramática y marcada entre más distante esté la región, ha abierto la puerta para que quienes se atreven a ejercer el periodismo desde los diferentes municipios de Colombia lo hagan sin el apoyo económico ni estatal necesario para que puedan desarrollar investigaciones. De ese modo, los periodistas de región están constantemente expuestos a complejas situaciones, particularmente de falta de seguridad para ejercer su oficio, pues se encuentran en medio de regiones donde el conflicto armado persiste y los niveles de corrupción son altos.

Contexto

El informe “La Palabra y el Silencio: la violencia contra periodistas en Colombia (1977-2015)”, del Centro Nacional de Memoria Histórica (CNMH) da cuenta que más de un centenar de periodistas perdieron la vida, durante el periodo que abarca la investigación: 1977-2015, por razón de su trabajo. A lo largo del informe, se resalta el papel principal de las regiones cuando se habla de violencia contra periodistas y medios de comunicación: “En ellas han sucedido los hechos, se han incrementado las amenazas y han campeado con impunidad sus victimarios. En unas más que en otras. Por eso es muy importante considerar el papel de la comunicación en las regiones, rastrear los procesos de construcción de la información a través de las estructuras comunicativas existentes en ellas, tener en cuenta el potencial de desarrollo de medios locales y regionales independientes y de un periodismo riguroso y de servicio a la sociedad” (CNMH, 2015, p.362), dice la investigación.

A pesar de la mencionada necesidad para las comunidades de tener un periodismo sólido en región, particularmente hablando de, como señala el informe de la CNMH,

“las pequeñas emisoras y radios comunitarias de las regiones más asoladas por el conflicto, que tenían un papel de intermediación informativa mucho más próximo y comprometido, consecuentemente, las hacía más vulnerables y arriesgadas”. El Estado no ha podido, y no se ha interesado, por proteger la expresión de las regiones a través de su periodismo. Al contrario, intenta imponer un discurso oficial y centralizado.

El periodismo regional tiene que soportar además otra serie de debilidades que lo afectan en lo profundo. Como dice Arturo Guerrero en ‘País Lejano o Silenciado’, “las condiciones laborales y el sistema de consecución de avisos publicitarios son mordazas eficaces a la libertad de información. Los reporteros contratados dentro de la planta de un medio, generalmente los más pudientes, son “toderos” sin especialización que deben producir grandes cantidades de material para numerosas emisiones diarias, en horarios que no respetan la noche ni los festivos” (Guerrero, 2010, p.14). Bajo esas condiciones, señala el experto, no es posible hacer investigaciones profundas, que es el alma del periodismo.

Situación del Chocó

Una de las regiones del país donde confluyen estos obstáculos: el conflicto armado, las difíciles condiciones socioeconómicas, los altos niveles de corrupción, la falta de garantías y recursos para ejercer el periodismo es el Chocó, en el Pacífico colombiano. De acuerdo con el completo estudio sobre periodismo regional, “Cartografías de la Información” de la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP), Chocó es una región en alerta debido a que el 53% de sus municipios están silenciados, pues son “lugares donde no existen medios de comunicación que produzcan noticias locales, sin embargo el departamento tiene 46 frecuencias disponibles. En 16 de los 30 municipios de Chocó, no existen medios de comunicación” (Flip, s.f.), dice el informe.

En los municipios del departamento donde las y los chocoanos pueden encontrar oferta con suficiente información local son apenas Istmina, Condoto y Quibdó, la capital y en donde se encuentran las sedes de los medios impresos. “Las condiciones laborales no permiten el buen ejercicio del periodismo, pues 29 de 45

medios de comunicación no tienen ningún tipo de vinculación laboral para sus periodistas” (Flip,. s.f), concluye sobre esta región el informe.

Precisamente, una expresión de esta crisis se conoció el 22 de marzo de 2020, cuando fue la última vez que el periódico Chocó 7 Días circuló de manera impresa. Así lo reportó el portal informativo La Silla Vacía en el artículo “En Chocó el covid deja sin aire a los medios”. Según el texto, la pandemia terminó de ahondar la crisis del periodismo impreso en el departamento, que no cuenta con imprenta propia; sus periódicos llegaban desde Medellín. “Con la desaparición impresa de Chocó 7 Días y Siglo XXI se acabaron dos de los siete periódicos que funcionaban en el departamento y que tenían mayor alcance” (La Silla Vacía, 2021), dijo La Silla Vacía.

Chocó 7 Días hizo su transición a la web con su portal propio, y aunque, como le dijo el coordinador del periódico Jorge Salgado a La Silla Vacía, tienen un promedio de 6 mil visitas al día y 150 mil al mes, lo que les hace pensar que más personas los leen, no creen que estén impactando a su público de interés, que es la población del Chocó, porque hay municipios en el departamento que aún no cuentan con acceso a Internet.

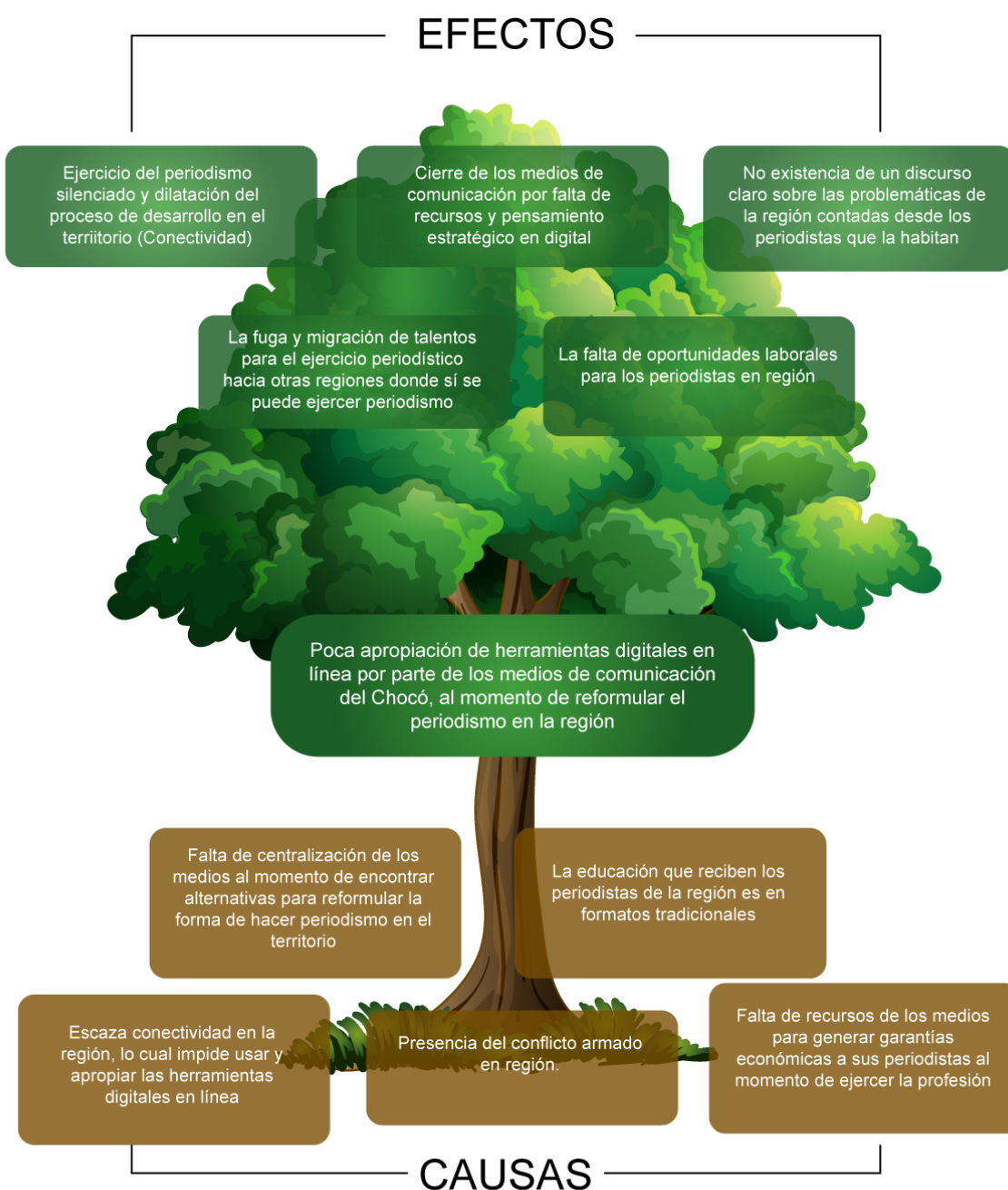
De ese modo, se marca un desafío adicional para los periodistas de la región que deben pensar cómo llegar a su público ahora sin una herramienta impresa, y muestra también la falta de garantías en infraestructura que el Estado brinda para ejercer el libre periodismo y garantizar el derecho de las comunidades a informarse.

Según cifras del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC, 2019) en 2019 en Chocó habían 23.588 accesos fijos a Internet. De acuerdo con los números del Departamento Nacional de Estadísticas, DANE, la población del departamento es del 539.933; esto muestra un índice de conectividad de 0,0437 en un territorio en donde aún se comunican a través de tecnología 2G Y 3G, lo que genera una marcada brecha digital del Chocó con respecto a otras regiones del país, y un complicado panorama para los medios de comunicación que buscan hacer su transición a lo digital, apropiarse y empoderarse en las herramientas web para surgir.

Árboles de problemas y objetivos

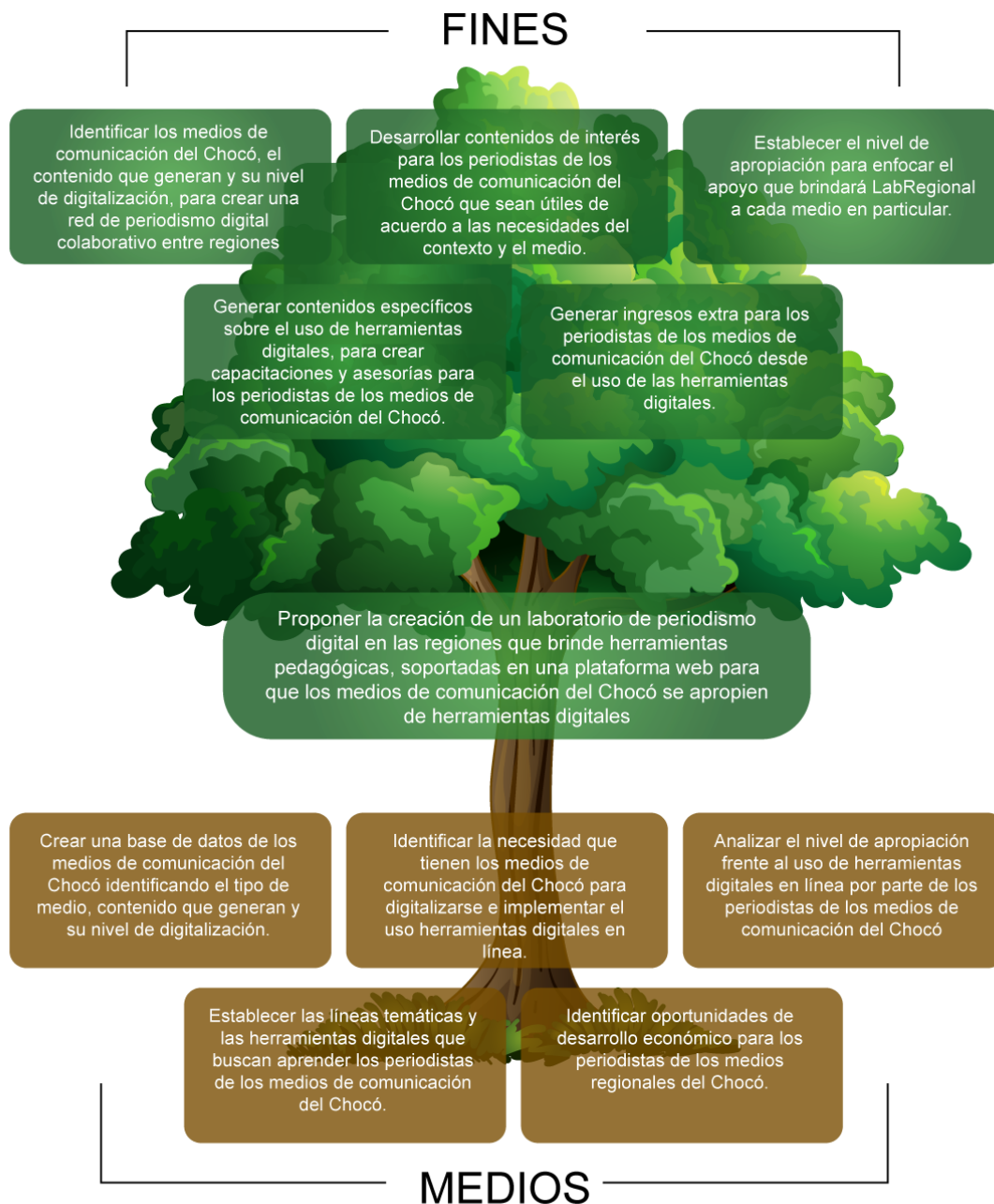
Árbol de problemas

ÁRBOL DE PROBLEMAS



Árbol de objetivos

ÁRBOL DE OBJETIVOS



Alternativas

Teniendo en cuenta el análisis de la problemática y las necesidades que presentan los periodistas de los medios de comunicación del Chocó, y con base en el objetivo del proyecto, se plantean las siguientes alternativas o soluciones que los apoyarán en la adaptación a procesos de digitalización y a tener una alternativa de desarrollo económico.

Plataforma web de LabRegional

A través de esta plataforma los periodistas de los medios de comunicación del Chocó podrán acceder a capacitaciones y asesorías sobre temas como: manejo de herramientas digitales en línea, paso a paso para digitalizar el medio al que pertenecen, tips para adaptar el lenguaje periodístico a las narrativas digitales.

Red de Periodistas Regionales

Por medio de la conexión entre varios periodistas, que inicialmente tendrán vínculo con LabRegional, podrán intercambiar experiencias, conocimientos e información frente al contexto de la región, uso de herramientas digitales y formatos de periodismo digital. Esta red se plantea como alternativa para interconectar a las regiones y hacer periodismo colaborativo.

Blog informativo

Este espacio tendrá lugar en la plataforma web de LabRegional. Este funcionará como un canal informativo y de opinión, en el que periodistas de los medios regionales podrán contar noticias de sus regiones y sus experiencias en los procesos de digitalización e implementación de las herramientas digitales.

Banco de recursos audiovisuales regionales

Este banco tendrá lugar en la plataforma web de LabRegional. Servirá como estrategia para vender recursos audiovisuales capturados en las diferentes regiones de Colombia por los periodistas de los medios regionales, con el objetivo de que cuenten con ingresos económicos extra. Se comercializarán los contenidos por descarga o por suscripciones mensuales/anuales, replicando el modelo de plataformas como Shutterstock, Freepik o Envato Elements.

Alianzas estratégicas con entidades públicas, privadas y cooperación internacional

Participar en proyectos de diferentes entidades como oportunidad para que LabRegional sea sustentable y no genere ningún cobro por capacitaciones o asesorías a los medios regionales y de esta forma se creen relatos desde las regiones que permitan narrar a Colombia desde su complejidad, por ejemplo: USAID, Unión Europea, Embajada de Estados Unidos, Embajada de Alemania, Embajada de Francia, BID, Banco Mundial entre otras.

Marco conceptual

Con el fin de comprender el contexto de los medios regionales en Colombia, específicamente en Chocó, y procesos de digitalización y apropiación de herramientas digitales, se puntualizan las definiciones de los términos que demarcan la temática de este trabajo:

Medios regionales

Son la herramienta a través de la cual se cuentan los sucesos y hechos que ocurren particularmente en las provincias, departamentos y zonas rurales del país. A través de diferentes formatos, especialmente los más tradicionales como la radio, los impresos y la televisión, los periodistas cuentan el acontecer de las regiones, que en un país como Colombia está marcado por el conflicto armado y las brechas sociales que se acrecientan en las zonas más alejadas de las ciudades.

Periodismo regional

Su principal fortaleza es la proximidad, considerada como uno de los valores esenciales del periodismo. Como lo señala Gladys Espinosa, “el periodismo regional tiene los mismos objetivos que el periodismo a nivel nacional, la diferencia estriba en la forma de presentación y tipo de noticia a cubrir. Su principal característica es la posesión de una cobertura informativa a una localidad específica”, (Espinosa, s.f., p.4).

De ese modo, tenemos que este tipo de periodismo es el que se encarga de narrar los acontecimientos que suceden en lo local, sus fuentes son, generalmente, autoridades locales que tienen presencia en la región y las temáticas varían entre el acontecer diario (eventos), lo nacional y las variedades. Este periodismo subsiste principalmente por las pautas y/o cupos publicitarios.

Periodismo digital

Es una innovación del quehacer periodístico que usa Internet como su principal entorno de desarrollo, a través del cual se hacen investigaciones y se difunden los contenidos noticiosos. Como lo explica Ramón Salaverría el periodismo digital es "la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos".

Esta "especialidad" ha desarrollado sus propias narrativas, que usa herramientas digitales y diversos medios, como los dispositivos móviles inteligentes, que hacen que los contenidos tengan mayor alcance del que podría tener una noticia consignada en un periódico impreso.

Contenidos digitales

Son cualquier pieza de información que se encuentra en un medio de comunicación en Internet. No tienen un esquema determinado y se valen de la hipertextualidad, la interactividad y la multimedia con formatos como los videos, audios, fotografías, textos, infografías, mapas, visualizaciones, ilustraciones, entre otros, para comunicar y crear una experiencia comunicacional al público interesado en estos contenidos.

Transformación digital

Es el resultado de una estrategia corporativa con la que se busca tener una ventaja competitiva a través del uso de la tecnología, la integración de dispositivos y el cambio de mentalidad por una que permita innovar, crear y desarrollar nuevas ideas y procesos para alcanzar los objetivos de las organizaciones, en este contexto, de los medios de comunicación.

Laboratorio de periodismo

López Hidalgo y Ufarte Ruiz definen los laboratorios de periodismo como unidades y departamentos para experimentar en la creación de nuevos productos y servicios para hacer frente a los retos de futuro y poner pie en pared a una crisis que no desistía en su empeño de robar lectores y descapitalizar la

industria periodística (López, Ufarte, s.f). Precisamente, se entiende como un espacio diseñado para aprender y practicar el periodismo.

El objetivo de los laboratorios de periodismo es que sus participantes desarrollen habilidades y empiecen a conformar su red de contactos que les ayudará con el desarrollo del oficio periodístico. También, sirve como espacio de innovación, en donde se reflexiona en torno a las problemáticas que afectan al periodismo y se buscan soluciones a necesidades tales como llegar a nuevas audiencias o producir contenidos que marquen la diferencia.

Públicos interesados

A partir de un ejercicio de análisis encontramos los siguientes públicos involucrados con el proyecto:

Consumidores: hace referencia a público interesado en ser parte del proyecto y beneficiarse del mismo.

- Medios de comunicación y periodistas del Chocó.

Medios de comunicación

- Medios masivos de comunicación nacionales
- Medios regionales del Chocó:

Público en general

- Personas en redes sociales que siguen contenido periodístico de las regiones en diferentes formatos.
- Periodistas/comunicadores que incursionan en las redes sociales o en la comunicación digital en las diferentes regiones del país.

Profesionales asociados

- Profesionales de medios digitales como: Cerasetenta, KienyKé, Rutas del conflicto, Pacificista, Cuestión Pública, La Pulla, Vorágine.

Partners estratégicos

- Universidades y centros de formación de periodistas y comunicadores sociales.
- Fundación para la Libertad de Prensa.
- Agencia Prensa Rural.
- Red de Medios Alternativos y Populares de Colombia.
- Redes de periodistas.
- Organizaciones no Gubernamentales de carácter internacional interesadas en promover y financiar estas iniciativas con poblaciones específicas como jóvenes, mujeres y comunicadores en zonas de conflicto.

Otros laboratorios

- Laboratorio móvil de periodismo Flip
- Fundación Gabo
- Ítaca, laboratorio de periodismo independiente
- Consonante – Laboratorio Periodístico
- Dateate: Un laboratorio del periodismo universitario
- UTadeo: CrossmediaLab

Comunidad/ONG o activistas

- Organizaciones civiles con iniciativas para el cambio, interesadas en amplificar sus redes y tener mayor alcance.
- Influenciadores como activistas y líderes sociales en las regiones, específicamente en el Chocó.

Expertos en la industria

- Medios Periodismo digital: Las 2 orillas, La silla vacía, Cerasetenta, KienyKé, Rutas del conflicto, Pacificista, Cuestión Pública, La Pulla, Vorágine
- Profesionales expertos en periodismo y medios digitales
- Plataformas de enseñanza digital como: HubSpot, Crehana, Doméstika, Sembramedia, The Knight Center Journalism

Organizaciones regulatorias

- Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación
- Ministerio de Ciencias y Tecnología
- Gobernaciones y Alcaldía
- Secretaría de Desarrollo
- Cámara de Comercio
- Superintendencia de Industria y Comercio

Clientes internos

- Daniela Viveros
- Héctor Daniel Espinosa
- Ginna Santisteban
- Personal de apoyo en el área administrativa
- Colaboradores y colaboradoras en las regiones
- Tutores/consultores de los talleres

Metodología

Este trabajo de investigación constituye una base previa para ejecutar un proyecto digital con sentido social, el cual aspira desarrollar un laboratorio de periodismo regional que tendrá una plataforma web que brindará contenido multimedia para apoyar los procesos de digitalización de los medios de comunicación del Chocó y acompañará procesos pedagógicos para que los periodistas de estos medios se acerquen a conocer e implementar herramientas digitales en línea.

Para dichos efectos se acogió una metodología mixta, pues permite analizar las experiencias y calcular su alcance de forma precisa, como lo indica Pereira (2011) es pertinente abordar una metodología mixta cuando: “no solo se desea la obtención de datos numéricos, sino también se busca la visión más íntima del participante, los datos cualitativos cobran un papel relevante”. En ese sentido, resultó fundamental para este proyecto conocer el contexto de los medios de comunicación del Chocó y también reconocer las opiniones y visiones de los periodistas de estos medios.

Desde la investigación se propende por entender las necesidades que tienen los medios regionales, es decir, se requiere indagar sobre la caracterización, intereses y necesidades de este grupo poblacional específicamente en el Chocó. Por ello, inicialmente se realizó una revisión documental en fuentes de información como bases de datos de investigaciones académicas y periodísticas.

Posteriormente, se hizo uso de herramientas como: entrevista semiestructurada y encuestas, las cuales permitieron orientar los objetivos hacia posibles rutas de solución. Los cuestionamientos que dirigen esta investigación son:

- ¿Qué nivel de interconexión en materia de internet existe en Colombia y en particular en la región del Chocó?
- ¿Qué fuentes cubren los medios de comunicación regionales?
- ¿Cuáles son las características de un medio de comunicación regional?
- ¿Cuáles son los puntos en común que construyen las narrativas periodísticas a lo largo del territorio, desde las regiones y a nivel nacional?
- ¿Cuál es el nivel de apropiación de los medios medios de comunicación regionales en relación con las herramientas digitales?
- ¿Cuáles son las temáticas de interés de los medios regionales en relación con las plataformas digitales?

Los instrumentos metodológicos dan respuesta a dichos interrogantes. A continuación se presentan los resultados y análisis de dichos ejercicios de exploración.

Análisis e interpretación de resultados

Encuestas

Se realizaron dos encuestas, cada una compuesta por 9 preguntas. Una de ellas estaba dirigida a periodistas de medios regionales del Chocó y creadores de contenidos en las regiones, y otra encuesta dirigida a periodistas, editores y directores de medios de comunicación a nivel nacional. Ambas se enfocaron en identificar el grado de interés en la implementación de herramientas digitales, procesos de transformación digital de medios y otros temas alternos.

Los enlaces para ingresar a las encuestas son:

- Para periodistas de medios regionales del Chocó:
<https://forms.gle/BBqTP9jK69ZShdh3A>
- Para periodistas de medios de cobertura nacional:
<https://forms.gle/Y2BtL1r1JjenNBta7>

Indicadores de las encuestas

Inicialmente las encuestas están dirigidas a medir indicadores de interés, pertinencia y nivel de apropiación de herramientas digitales y procesos de transformación digital, de los medios de comunicación del Chocó. Adicional, reconocer los contenidos de interés frente al entorno digital para aplicar estos conocimientos a sus medios de comunicación tradicionales.

Y por otro lado, se midió el nivel de interés de periodistas de medios de cobertura nacional frente al contar con una biblioteca para comprar y suscribirse a un banco de fotografías, imágenes y recursos audiovisuales generados desde las regiones.

Resultados obtenidos de las encuestas

Encuesta para periodistas de medios regionales: el muestreo arrojó que si bien los medios de comunicación regionales cuentan ya con un conocimiento frente a herramientas, plataformas y recursos digitales, existe una amplia oportunidad de

trabajar en la expansión de estos medios de forma estratégica para atravesar un proceso de transformación digital.

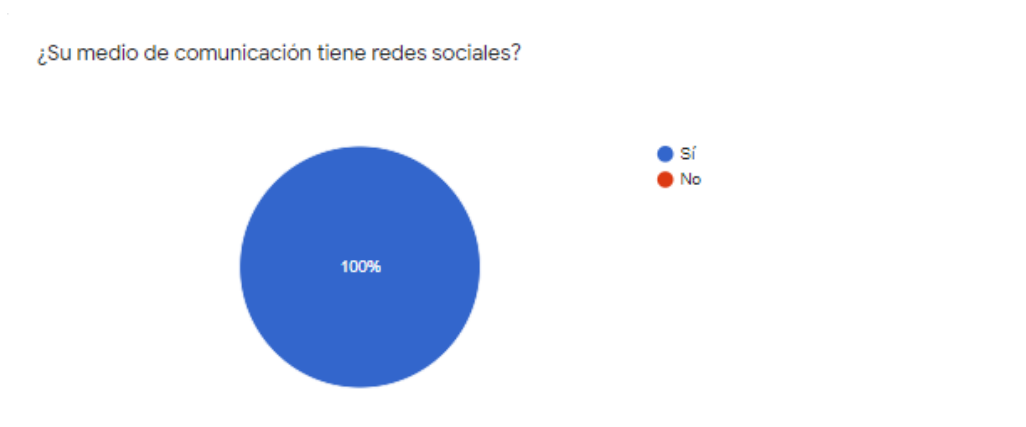
En consecuencia, el reto de las capacitaciones, talleres y asesorías previstas para LabRegional, es hipertextualizar y ampliar la actividad periodística en ecosistemas web.

A continuación las preguntas y los resultados de la encuesta:

1.

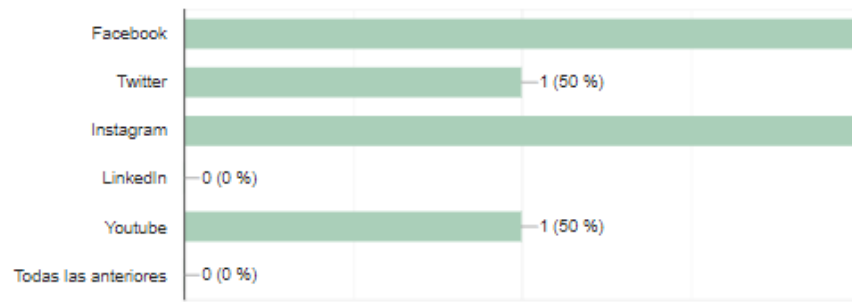


2.



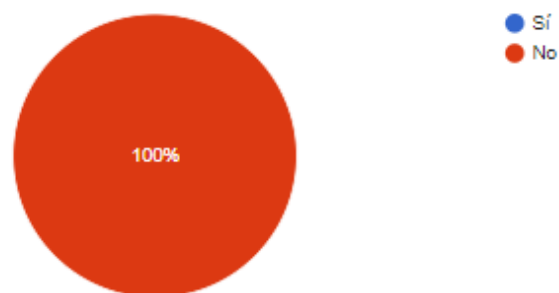
3.

Si la respuesta anterior fue 'sí', señale a continuación con qué redes sociales cuenta.



4.

¿Cuenta con un plan estratégico para el manejo de las redes sociales?



5.

¿Su medio de comunicación tiene página web?



● Sí
● No

6.

¿Su medio de comunicación recibe ingresos económicos a través de la pauta en canales digitales?



● Sí
● No

7.

Si existiera una metodología de fácil acceso para que su medio incursionara en procesos de comunicación digital, ¿Le interesaría tener acceso a esta metodología?



● Sí
● No

8.

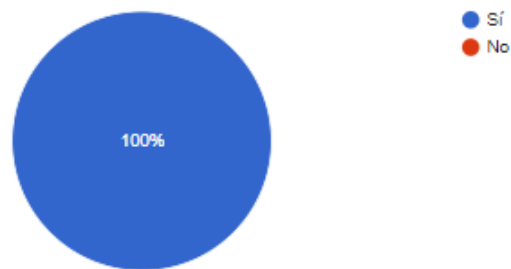
¿Qué consideraría importante en una metodología para que su medio implementara procesos de comunicación digital?

Que las estrategias comunicacionales estén acorde a nuestro Target

QUE SEA PRACTICA, FACIL DE APLICAR

9.

¿Está interesado en utilizar herramientas digitales para fortalecer el alcance de su medio de comunicación?



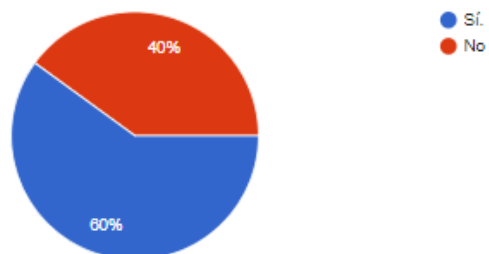
Encuesta para periodistas de medios con cobertura nacional: con el fin de conocer el grado de interés sobre la plataforma, los resultados arrojaron que la mayoría de medios de comunicación cuentan con un banco de imágenes estándar, sin embargo no siempre encuentran el material relacionado con las fuentes y noticias que publican.

En consecuencia identificamos una oportunidad para generar contenido audiovisual enfocado en las regiones.

A continuación las preguntas y los resultados de la encuesta:

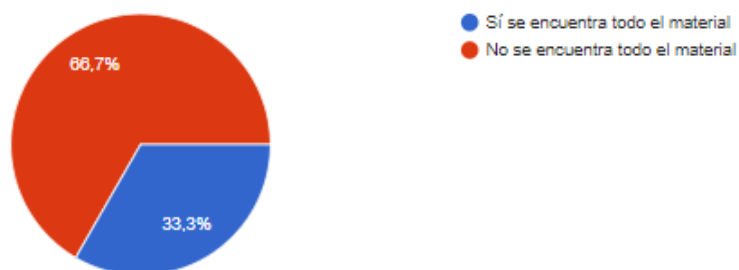
1.

En el medio de comunicación para el que trabaja, ¿usan alguna biblioteca para usar imágenes, recursos fotográficos y audiovisuales?



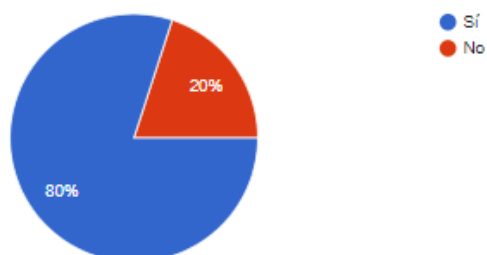
2.

Si la respuesta anterior fue sí, ¿En esa biblioteca encuentra el material que necesita?



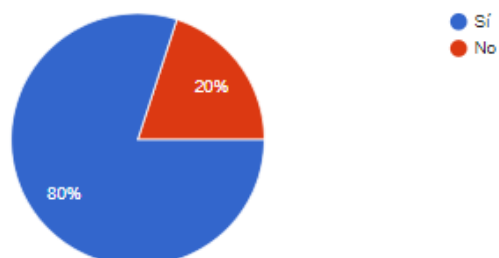
3.

¿El medio de comunicación en el que trabaja cuenta con un archivo de fotografía y/o recursos audiovisuales?



4.

¿El medio de comunicación en el que trabaja tiene un equipo de fotografía y realización audiovisual?



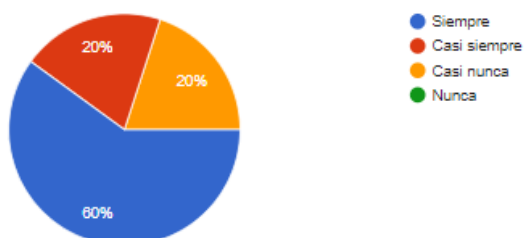
5.

Si la respuesta es NO, ¿de qué manera obtienen las fotografías, imágenes y recursos audiovisuales cuando los requieren?



6.

¿Qué tan frecuentemente requiere el uso de imágenes, fotografías y recursos audiovisuales de las diferentes regiones de Colombia, incluso las más distantes?



7.

De acuerdo con la respuesta anterior, ¿con qué periodicidad y qué uso les da a imágenes, fotografías y recursos audiovisuales de las diferentes regiones de Colombia?

Frecuentemente

Cada vez que se requiera para acompañar notas que necesitan ser reforzadas con material audiovisual y de las cuales no se puede obtener en la inmediatez

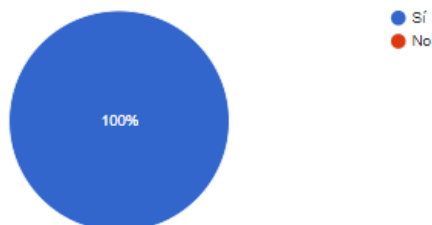
Para la producción de especiales multimedia, su uso es constante

Todas las semanas

Todo el tiempo. Los contenidos de Rutas del Conflicto le dan prioridad a las historias de las regiones y casi siempre un miembro del equipo debe viajar para recopilar el material.

8.

Si existiera una biblioteca de imágenes, fotografías y recursos audiovisuales exclusivos de las diferentes regiones de Colombia, ¿Le interesaría tener la posibilidad de descargar ese material?



9.

Con base en la pregunta anterior ¿Por qué sí o no?

Es necesario el material de apoyo para casi cualquier proyecto

Porque muchas veces los equipos audiovisuales no pueden desplazarse a los territorios y debemos recurrir a imágenes que pueden estar desactualizadas

Habría mayor acceso de este recurso sin necesidad de viajar

sería más barato y eficiente en tiempos de pandemia

Sería muy útil y ahorraría costos de viajes al medio de comunicación.

Entrevista

Se realizó una encuesta semiestructurada con 6 preguntas orientadoras a un periodista de un medio regional del Chocó para comprender el contexto del periodismo en la región y acercarnos a un análisis frente a los retos en materia de lo digital.

Preguntas orientadoras

- Desde su experiencia, ¿cuál es la situación del periodismo hoy en el departamento del Chocó?
- ¿Cuál es la situación del periodismo digital en el departamento?
- ¿Cómo se están apropiando los periodistas del departamento de las herramientas y plataformas para hacer periodismo digital?
- ¿Cuáles son los retos que existen hoy en el departamento al momento de hacer periodismo digital?
- Históricamente, ¿cuál ha sido el papel del periodismo en el departamento?

Conclusiones

Los resultados obtenidos permiten entender, por un lado, el grado de interés de las personas en un proyecto como LabRegional. Por otro lado, también deja una aproximación a qué tan inmersos están los periodistas del Chocó en ecosistemas digitales como páginas web y redes sociales específicamente.

Además, con el resultado de la encuesta se propició una reflexión acerca de qué tan necesario puede llegar a ser el proyecto, tanto para los periodistas de región, como para los periodistas de medios nacionales.

En relación con la entrevista hecha al presidente del Círculo de periodistas del Chocó Mario Luis Benítez, las respuestas obtenidas se convierten en un indicador de la crisis de los medios, que permite entrever junto con un análisis estadístico global, la crisis de los medios en el país.

Además, la entrevista suscita una reflexión relacionada con la relación que existe entre los medios de comunicación y las plataformas de comunicación, puesto que el entrevistado menciona que una de las causas de la crisis es el hecho de que empresas o instituciones que antes le pagaban a los medios, han encontrado en canales como redes sociales o páginas web, una oportunidad para eliminar el filtro que suponía un medio de comunicación a la hora de transmitir la información.

Otra conclusión que resulta del ejercicio realizado es el hecho de que los periodistas no han identificado una hoja de ruta clara que les permita salir adelante ya sea de forma colectiva o individual en medio de la crisis de los medios de comunicación, que, como se mencionó anteriormente realizan un trabajo empírico en relación con las oportunidades de crear en digital. En consecuencia se plantea una alternativa pedagógica y estratégica como LabRegional, que busca acompañar a los medios de comunicación en su proceso de transformación, con el fin de solventar las crisis económicas a través del entendimiento de nuevas formas de monetizar en medios de comunicación desde lo digital.

Finalmente, como resultado del ejercicio de investigación se propone desarrollar un trabajo colectivo que permita a los periodistas regionales, en este caso específico del departamento del Chocó, dar a conocer su trabajo en ecosistemas digitales, con

el fin de encontrar alternativas de financiación para sus medios a través de la transformación de los mismos, es así como nace LabRegional.

Anexos

1. Base de datos inicial de los medios del Chocó

INFORMACIÓN GENERAL					PRESENCIA DIGITAL					
MEDIO	RESPONSABLE	CARGO	NÚMERO CONTACTO	CORREO	FB	IG	TW	YB	P. WEB	ENLACES
CNC TELEVISIÓN	Andrea Estrella Oliva	Coordinadora	3204382330 - 3144674646	estrellatlive@hotmail.com corescomunicacionessas@gmail.com	X				X	http://corescomunicaciones.com/ https://www.facebook.com/cncchoco/ https://www.youtube.com/channel/UC1y9xnPuEvaPCqwJTFDr-8Q
RTV TELEVISIÓN	Rafael Galeano Mena	Director	3122877989	gameraje@hotmail.com	X		X	X		https://www.facebook.com/RTV-Television-346739628749219/ https://twitter.com/rtvtelevision?lang=es https://www.youtube.com/channel/UCHQRftqWDtjx6O52F4ROSOg
ECOS DEL ATRATO RADIO	Luis Fadíth Palacios Tello	Director	6711450	ecosdelatrato1400am@yahoo.es	X					https://www.facebook.com/people/Ecos-Del-Atrato-Emisora-Radial/100006053866850/
RADIO UNIVERSIDAD DEL CHOCÓ	Gonzalo Díaz Cañadas	Director	3104892698	radiouniversidad@utch.edu.co	X					https://www.facebook.com/emisorautch/ https://soundcloud.com/user-29251181
PERIODICO CHOCO 7	Jorge Salgado Vélez	Coordinador	3122877246	choco7dias@gmail.com	X				X	https://choco7dias.com/ https://www.facebook.com/Choco7dias

DIAS											s/
Q RADIO	Leonardo Montoya Garcés	Director	3104892698	Lmontoya648@gmail.com	X					X	https://qradio.com.co/co/ https://www.facebook.com/Qradio-La-Otra-Alternativa-500582923383167/
PERIODICO PRESENTE	Sally Lemos	Directora	3136482810	presente.sally@hotmail.com							-
STAR RADIO	Marino Moreno Chaverra	Director	3105974947	marinomocha@yahoo.es							-
RADIO SANTO DOMINGO SABIO FM	Dailer Mena	Director	3146583577	sds90.8fm@gmail.com	X					X	https://www.domingosaviostereo.com/ https://www.facebook.com/DomingoSaviostereo
PERIODICO EL BAUDOSEÑO	Johnny Harold Mosquera	Director	3122223346	elbaudoseño@hotmail.com	X					X	https://www.elbaudoseno.com/ https://www.facebook.com/EIBaudoseno/
RAZA TELEVISIÓN	Harold Francisco Mena Blandón	Gerente	3113371884	razatelevision@hotmail.com	X						https://www.facebook.com/Raza-Television-907249342645471/
CANAL CHOCÓ	Aldemar Valencia Murillo	Director	3113735139	Aldemarmurillo@hotmail.com							-
EMISORA LA VOZ DEL CHOCÓ	Gildardo Figueroa Rentería	Director	3207098807	gilfire14@hotmail.com	X						https://www.facebook.com/lavozdelchoco/
EMISORA COCOMACIA STEREO/	Neliño Rentería	Director	3217657013	cocomaciastereo@hotmail.com	X						https://www.facebook.com/Emisora-Comunitaria-Cocomacia-Stereo-1068-FM-612811015834514/
EMISORA PAZCIFICO STEREO	Rosa Omaira Moreno Blandón	Directora	3104122745	pazcificostereo@gmail.com	X					X	https://www.facebook.com/Emisoraunquiapacificostereo/ http://pazcifico.com/emisoras/

PERIODICO SIGLO 21	Hernando Moreno López	Director	3106432492	Hemolo1@hotmail.com	X		X			https://www.facebook.com/Psiglo21/ https://twitter.com/siglo21_choco?lang=es
PERIODICO EL OPINADOR	Enrique Cuesta Romaña	Director	3207808878	Elopinadorchocoano02@hotmail.com	X		X		X	https://www.facebook.com/Periodico-El-Opinador-Chocoano-336366216467916/ https://twitter.com/elopinadorch?lang=es http://opinadorchocoano.blogspot.com/
PERIODICO EL SALPICÓN	Marlín Valoyes Mena	Directora	3132726058	prensasalpicon@gmail.com	X					https://www.facebook.com/Informativo-Salpicon-431373740758498/
PERIODICO EL MANDUCO	Jorge Díaz cañadas	Director	3116661785	periodicoelmanduco@gmail.com	X		X		X	https://elmanduco.com.co/category/actualidad-choco/ https://twitter.com/manduqueromenor?lang=es https://www.facebook.com/manduqueromenor/
PERIODICO BATALLA	Alfonso Córdoba Flórez	Director	6711165	Florez_23@hotmail.com						-
EMISORA CHOCÓ RADIO	Higinio Mosquera Lozano	Director	3216289982	-	X		X			https://twitter.com/choc_radio?lang=es https://livestream.com/accounts/7103632/events/2748696?cat= https://www.facebook.com/ChocoRadioOnline/
CARACOL RADIO	Yair Mosquera		3105530125	Diperea1@gmail.com	X	X	X	X	X	https://caracol.com.co/tag/choco/a/

2. Encuestas

Encuesta para periodistas de medios regionales del Chocó:

<https://forms.gle/BBqTP9jK69ZShdh3A>

- ¿Considera usted que es importante que los medios de comunicación utilicen plataformas digitales para generar contenido?
- ¿Su medio de comunicación tiene redes sociales? *
- Si la respuesta anterior fue 'sí', señale a continuación con qué redes sociales cuenta.
- ¿Cuenta con un plan estratégico para el manejo de las redes sociales?
- ¿Su medio de comunicación recibe ingresos económicos a través de la pauta en canales digitales?
- Si existiera una metodología de fácil acceso para que su medio incursionara en procesos de comunicación digital, ¿Le interesaría tener acceso a esta metodología?
- ¿Qué consideraría importante en una metodología para que su medio implementara procesos de comunicación digital?
- ¿Está interesado en utilizar herramientas digitales para fortalecer el alcance de su medio de comunicación?

Para periodistas de medios de cobertura nacional:

<https://forms.gle/Y2BtL1r1JjenNBta7>

- En el medio de comunicación para el que trabaja, ¿usan alguna biblioteca para usar imágenes, recursos fotográficos y audiovisuales?
- Si la respuesta anterior fue sí, ¿En esa biblioteca encuentra el material que necesita?
- ¿El medio de comunicación en el que trabaja cuenta con un archivo de fotografía y/o recursos audiovisuales?
- ¿El medio de comunicación en el que trabaja tiene un equipo de fotografía y realización audiovisual?
- Si la respuesta es NO, ¿de qué manera obtienen las fotografías, imágenes y recursos audiovisuales cuando los requieren?

- ¿Qué tan frecuentemente requiere el uso de imágenes, fotografías y recursos audiovisuales de las diferentes regiones de Colombia, incluso las más distantes?
- De acuerdo con la respuesta anterior, ¿con qué periodicidad y qué uso les da a imágenes, fotografías y recursos audiovisuales de las diferentes regiones de Colombia?
- Si existiera una biblioteca de imágenes, fotografías y recursos audiovisuales exclusivos de las diferentes regiones de Colombia, ¿Le interesaría tener la posibilidad de descargar ese material?
- Con base en la pregunta anterior ¿Por qué sí o no?

3. Transcripción de entrevista

Desde su experiencia, ¿cuál es la situación del periodismo hoy en el departamento del Chocó?

La situación del periodismo en el Departamento del Chocó, no es la mejor, y aunque la crisis no es nueva, la pandemia sí la recrudeció: algunos medios han cerrado sus puertas y radiodifusoras no funcionan al ritmo habitual; pues el Coronavirus nos puso en alerta, la cual ahondó una crisis representada en grandes pérdidas financieras, las instituciones, la empresa privada y el comercio no son amigos de anunciar en los medios lo que hace minoritario sus ingresos, no hay vinculación por contrato de los periodistas y, la mayoría no gana ni tan siquiera un salario mínimo, lo que poco o nada importa a la institucionalidad.

En departamentos como el Chocó, donde el Periodismo local escasea y ya no se hace con el amor y la pasión de antes, quedan aún sobrevivientes que con la caída de la pauta que es la que les da el sustento económico a los medios de comunicación, no son ajenos a la crisis antes de la pandemia y durante la pandemia. La situación no está fácil. El Departamento del Chocó, viene hace mucho tiempo en silencio; pues con la desaparición de más de siete medios impresos que funcionaban se incrementó la crisis. Aquí lo que se avecina es el acabose de las comunicaciones para un territorio que pide a gritos oportunidades de empleo; pero que es negada por la desidia estatal que no se atreve a brindar suficientes herramientas al quehacer periodístico de provincia para salir de esa pobreza mental y material a la nos está sometiendo el Coronavirus que golpeado muy fuerte sus finanzas.

¿Cuál es la situación del periodismo digital en el departamento?

De acuerdo con las estadísticas de la Secretaría de Educación, el Departamento del Chocó, el 13 por ciento del territorio chocoano cuenta con cobertura a internet, comparado con Bogotá, que frente a la red 4G, Opensignal, confirma que en su último estudio Claro y Tigo, habían superado la marca del 80% en la métrica de Disponibilidad 4G, lo que sigue cerrando las brechas de desarrollo para un departamento que pese a esa exigua conectividad los medios de comunicación sobrevivientes se reinventan y asumen los retos de la Pandemia pasando de la tradicionalidad a la virtualidad, solo con las ansias de mantener entretenida, alegre, educada, e informada a su comunidad. A la falta de conectividad se le suma la ausencia temporal de la energía, sin desconocer que, 11 municipios del Chocó, aún en pleno siglo 21 aún no tienen energía, lo que no les permite conexión. Una barrera grande que sin duda alguna hay que vencer.

Pero la realidad de los medios digitales hay que contarla mejor: Es común que los ingresos de los medios tradicionales provengan de la pauta, lo que para ellos ha sido difícil; pues si allá llueve por acá no escampa. El aumento del desempleo que ha alcanzado cifras históricas en el Departamento del Chocó, les pega un coletazo a los medios. Según el DANE en 2020, somos el quinto departamento con el índice de pobreza más alto del país, lo que hace difícil que sea la comunidad como tal la que sostenga a los medios de comunicación, lo que sigue haciendo las cosas muy complicadas para los medios digitales; pues en un departamento como el nuestro no es muy usual que se pauten en la Internet, aún la gente escucha la radio tradicional, sobre todo en los pueblos donde la conectividad no llega. Esto complica las cosas para los medios digitales. Pero no es un problema exclusivo de los medios digitales. Todos los estamos padeciendo.

En un año como el 2020, la radio digital funcionó a pérdidas en el Chocó. No hay grandes empresas que pauten constantemente, hoy ponen la pauta y en un mes te están diciendo no sigamos más porque no lo ven relevante, bien sea porque les parece mejor utilizar sus propias páginas, porque no les interesa más o porque es muy caro el servicio, lo que hace que las finanzas sean más inestables y con la pandemia del Coronavirus, es peor.

La situación se torna más complicada aún cuando la institucionalidad te atiborra de información, con el ánimo de que le publiques, que no hay medio que se niegue a hacerlo por el interés que representa para la comunidad; pero se niegan a invertir. A eso se le suma que no hay empresas que garanticen la estabilidad en cuanto a la pauta, y cuando el comercio compra una pauta que puede costar entre los 200 mil o 300 mil pesos, aseguran que están haciendo un favor al medio de comunicación confundiendo hasta con el mal llamado "Periodismo de hambre". MarioEnTuRadio Emisora Digital requiere entre 5 y 6 millones de pesos mensuales para funcionar y se dan meses en los que ni el arriendo del sitio donde funciona se recauda.

MarioEnTuRadio, hace parte de los medios de comunicación que antes de la pandemia perdieron el 84% de la financiación de la pauta comercial de las radios

comerciales en el departamento. Es lamentable informar y sostener un medio de comunicación en estas condiciones. Antes las elecciones a Gobernación, alcaldías y Congreso, era la oportunidad para que los medios pudieran obtener algún tipo de ingreso a través de la pauta. Hoy esa posibilidad se ha diluido tras la aparición de la tecnología artificial que, aunque ha sido útil para muchas cosas, también nos ha perjudicado en gran medida en otras.

La situación que ya venía mal ha llevado a que algunos políticos del Chocó se aprovechen. La falta de pauta oficial está circunscrita al grado de amistad y al proselitismo que el periodista haya hecho en favor de la campaña política del ganador lo que ha hecho perder a muchos su legitimidad y su libertad de informar se coarta.

Como fundador de la Emisora Digital 'Mario En Tu Radio', sé lo difícil que es sostener un medio. En 2009 cuando inicié, tenía un ingreso de 11 millones al mes, ahora no superamos el 1 millón, lo que le ha impedido contratar otros periodistas para que el medio crezca. Por ahora sigo trabajando en el portal mientras asesoro a la Gobernación del Chocó, en el área de comunicaciones.

Como el medio digital no es rentable, decidí vender todos los equipos de la emisora en diciembre de 2020, y conservar sólo la marca; pero la situación es tan difícil que no encontré compradores. Si MarioEnTuRadio termina, se apagaría uno de los 45 medios que funcionaban en el Departamento del Chocó, antes de la pandemia.

¿Cómo se están apropiando los periodistas del departamento de las herramientas y plataformas para hacer periodismo digital?

Los periodistas en el Departamento del Chocó, se están reinventando. La COVID-19 ha significado uno de los retos más grandes para el periodismo en el Departamento del Chocó. Aunque se han visto golpeados debido a la falta de publicidad, reducción de ingresos y contagios, han tenido que reinventarse y tomar nuevos retos informativos para mantener al tanto de los sucesos a sus comunidades.

El futuro de los medios del Departamento del Chocó, es incierto, los riesgos que deben enfrentar para cubrir los acontecimientos e informar a la ciudadanía, la realidad es compleja. En el Chocó, la pauta publicitaria cayó un 84% según la Flip, 45 medios están por desaparecer; se reporta una caída en circulación de siete medios impresos lo que supone una que el ejercicio periodístico sufrirá un cambio profundo después de la emergencia sanitaria.

Se ve como muchos medios de comunicación han migrado de lo tradicional a lo virtual al no monetizar sus contenidos con éxito como lo venían haciendo antes. Muchos hasta han terminado regalando contenidos a plataformas como Facebook, Instagram y Apple News. Esto como una manera de reinventarse.

El Periodismo en el Chocó, enfrenta una crisis económica que no es de ahora, sino que ha sido el momento de hacerse más visible lo que ha hecho que la formación de periodistas chocoano cambie, muchos que no estaban preparados para hacer Periodismo Digital lo están haciendo a su manera; pero lo están haciendo. Es como si se tratara de la supervivencia comunicacional.

¿Cuáles son los retos que existen hoy en el departamento al momento de hacer periodismo digital?

El reto más grande que tienen los medios de comunicación es reinventarse noticiosamente. Hoy cualquiera ya es periodista con un celular porque tiene la información en las manos y la da a conocer en segundos emítala de la manera como la emita. Entonces aquí el periodista tiene un compromiso: presentar esa noticia con estándares de calidad requeridos dentro de el concepto periodístico, es decir, bien construido, bien pensado, contado, notándose la diferencia entre quien cuenta la noticia a manera de chisme y quien relata la noticia dejando en la misma plasmada la verdad por más chiveado que como periodista esté.

Hay muchos retos, en el caso de la Emisora Digital MarioEnTuRadio, reinventarse significó generar cambios significativos en la comunicación, innovar desde lo positivo para pasar de ser un medio de comunicación que emitiera contenidos bien fueran negativos o positivos y más bien volverse la parte social amorosa del departamento del Chocó con iniciativas como: Si Yo cambio El Chocó Cambia, que tiene como sigla “SYCEHC” y tiene como objetivo generar buenas prácticas que a partir de las Tic promueva algún tipo de transformación en la actitud de la forma de pensar y actuar del SER humano ajeno a ser un ciudadano ejemplar.

Con esta herramienta social, la Emisora Digital MarioEnTuRadio, hace extensión a los planteles educativos, comunidad, el Pacífico, Colombia, Latinoamérica y el mundo, a través de la pedagogía coadyuvando en la reconstrucción del tejido social promoviendo la transformación desde cada uno como individuo como SER, desde el SER y para el SER, trabajando desde el amor incondicional, con respeto y consideración por el otro.

Como parte de nuestro compromiso con el periodismo digital, fue importante crear un propio concepto que se reinventa y transforma desde la vanguardia el quehacer periodístico.

La globalización del Mundo moderno obliga a la profesión de la Comunicación y el Periodismo a repensarse, al tiempo que, a asumir nuevos retos, una nueva actitud, a adquirir nuevos conocimientos y habilidades que insten al periodista a construir y, a contar buenas historias, a crear contenidos atractivos, bellos, pensados, contra-pensados, correctos, combinando los conceptos tradicionales con las nuevas tendencias que se mueven en el contexto del ejercicio periodístico actual, como unos de sus grandes desafíos.

Teniendo en cuenta lo anterior, y con el compromiso innato, innovador, progresista que ha tenido siempre como profesional del Periodismo y con la sociedad, apoyándose en el uso del desarrollo tecnológico comunicacional, sin pretender que el ejercicio periodístico pierda su esencia, el comunicador, Mario Luis Benítez Arboleda, considerado pionero de la radio digital en el departamento del Chocó y resto del Pacífico (Colombia, Suramérica), con su proyecto innovador MarioEnTuRadio (2.009), acuña un nuevo concepto con el cual aporta significativamente al quehacer periodístico en el Mundo: "Periodismo HiperTic - PHT" o "HyperTic Journalism".

El "Periodismo HiperTic - PHT" o "HyperTic Journalism" es una herramienta comunicativa que da una dinámica diferente al Periodismo en el Mundo. Sinergizar las herramientas tradicionales con las nuevas alternativas de vanguardia, de tal manera que haya riqueza en la comunidad de la información y del conocimiento.

El "Periodismo HiperTic" es aquel que se trabaja desde cualquier dispositivo móvil, el cual busca que de manera independiente cada comunicador o periodista construya contenidos e historias propias, desde la misma herramienta tecnológica las organice, edite y difunda, haciendo uso de las distintas redes sociales sin que se pierda la esencia de la profesión periodística y la finalidad manifiesta.

Este nuevo concepto creado por el Comunicador y Relacionista Público, Mario Luis Benítez Arboleda, insta a la combinación del Periodismo tradicional y elementos propios del ejercicio, integrándolo con nuevas formas y herramientas que hoy dan curso a la revolución de la información en el mundo actual. El "Periodismo HiperTic" vuelve el concepto del Periodismo más sencillo, espontáneo, propendiendo la entrega constante e inmediata de la información desde cualquier lugar haciendo uso de distintas herramientas a partir del mismo concepto "PHT" o "HyperTic Journalism".

Referencias Bibliográficas

- Ayala, G. (s.f.) El periodismo en Colombia: una historia de compromisos con poderes tradicionales. Artículo digital extraído de:
<https://www.cedal.org.co/es/revista-interaccion/el-periodismo-en-colombia-un-a-historia-de-compromisos-con-poderes-tradicionales>
- Alba, G. (2009). Los medios de comunicación en Colombia frente a las demandas de los ciudadanos. Actualidades Pedagógicas, (54), 137-145. Extraído de <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1084&context=ap>
- Banco de Desarrollo de América Latina (2016) ¿Vale la pena la idea de un periodismo regional? Artículo digital recuperado de:
<https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2016/09/vale-la-pena-la-idea-de-un-periodismo-regional/>
- Bravo, N. (2021) EN CHOCÓ, EL COVID DEJA SIN AIRE A LOS MEDIOS. Artículo, La Silla Vacía. Extraído de:
<https://lasillavacia.com/historias/silla-nacional/en-choco-el-covid-deja-sin-aire-a-los-medios/>
- Cabrera, M. (2001) Convivencia de la prensa escrita y la prensa “on line” en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia. Estudios sobre el mensaje periodístico. Recuperado de
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=776450&orden=1&info=link>
- Dangond, T. (2016) El periodismo regional, entre el miedo y las restricciones. Artículo digital, El Heraldo. Extraído de:
<https://revistas.elheraldo.co/latitud/el-periodismo-regional-entre-el-miedo-y-las-restricciones-140318>
- Espinosa, G. (s.f). El periodismo regional. El caso del semanario “El Faro del Callao”. Recuperado de:
https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/human/espinoza_og/cap1.pdf

FLIP (s.f.) Cartografía Chocó. Centro de Estudios FLIP. Colombia, Extraído de:

<https://flip.org.co/cartografias-informacion/content/choco>

FLIP (s.f.) Cartografía Chocó. Centro de Estudios FLIP. Colombia, Extraído de:

<https://flip.org.co/cartografias-informacion/content/%C2%BFc%C3%B3mo-se-sostienen-los-medios-en-choc%C3%B3>

Guerrero, A. (2010) Pais Lejano y Silenciado: Autocensura en regiones de

Colombia. Fundación para la Libertad de Prensa. Recuperado de:

<https://www.flip.org.co/images/Documentos/Pais-Lejano-y-Silenciado-Autocensura-en-regiones-de-Colombia.pdf>

Herrero, E. (2011) EL PERIODISMO EN EL SIGLO DE LAS REDES SOCIALES.

Revista de Comunicación Vivat Academia. Recuperado de

<https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752959075.pdf>

La Silla Vacía. (2021) En Chocó el covid deja sin aire a los medios. Recuperado de

<https://lasillavacia.com/historias/silla-nacional/en-choco-el-covid-deja-sin-aire-a-los-medios/>

López, U. Ufarte M. (s.f). Laboratorios de periodismo en España. Nuevas narrativas y retos de futuro. Recuperado de

<https://www.redalyc.org/pdf/168/16848204007.pdf>

Martín-Barbero, J. (2004). Los desafíos estratégicos de la sociedad de la

información. Signo Y Pensamiento, 23(44), 9 - 18. Recuperado a partir de

<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3653>

MinTIC (2019) MinTIC conectó al municipio de Medio Atrato (Chocó) con activación de nuevo Punto Digital. Artículo digital recuperado de

<https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/Noticias/102832:MinTIC-conecto-al-municipio-de-Medio-Atrato-Choco-con-activacion-de-nuevo-Punto-Digital>

MinTIC (2020) Colombia siguió mejorando las cifras de conectividad en el primer trimestre del año. Artículo digital recuperado de <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/Noticias/151386:Colombia-siguió-mejorando-las-cifras-de-conectividad-en-el-primer-trimestre-del-año>

MinTIC (2020) Zonas Digitales en 43 espacios rurales del Chocó. Artículo digital recuperado de <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/MinTIC-en-los-Medios/146147:Zonas-Digitales-en-43-espacios-rurales-del-Chocó>

Oliva, C. (2014) EL PERIODISMO DIGITAL Y SUS RETOS EN LA SOCIEDAD GLOBAL Y DEL CONOCIMIENTO. Aposta, Revista de Ciencias Sociales. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950257004.pdf>

Pereira, Z. (2011) Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. Revista Electrónica Educare. Universidad Nacional, Costa Rica. Extraído de: <https://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804003.pdf>

Rey, G. (2015) La palabra y el silencio: La violencia contra periodistas en Colombia. Centro Nacional de Memoria Histórica. Recuperado de: <http://centrodememoriahistorica.gov.co/micrositios/periodistas/pdf/la-palabra-y-el-silencio-violencia-contra-periodistas.pdf>

Semana (2020) Un SOS por los medios digitales del país. Artículo digital recuperado de <https://www.semana.com/nacion/articulo/se-necesita-un-salvavidas-para-los-medios-regionales-del-pais/676748/>

Valencia Nieto, D., Pereira González, J. M., & Rodríguez Leuro, J. A. (2019). Condiciones Laborales y Sociales de los Periodistas en las Regiones de Colombia. Mediaciones Sociales, 18, 85-105. <https://doi.org/10.5209/meso.66907>

Villalobos, F.; Montiel, M. (2005) Retos y desafíos Periodistas para la era digital. La formación de los periodistas en el siglo XXI. Recuperado de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/13668/3/REXTN-Ch92-02-Villalobos.pdf>