Webcindario.

PROYECTO FINAL. Laboratorio #4:
Creación y Desarrollo de Nuevos Medios y Sistemas Periodísticos

Freddy Calle
Claudia Cuarité
Ricardo Gavilán
Silvia Rentería

1. Resumen ejecutivo (1/2 página)

La pandemia ocasionada por el covid-19 ha traído consecuencias definitivas para el siglo XXI, afectando terriblemente con mayores impactos a realidades más vulnerables. Ante ello, se ha evidenciado un salto digital histórico, cuyos efectos han configurado globalmente, pero asimismo se han sentido localmente. Ante ello, los medios digitales y el entorno virtual han emergido como los seguros protagonistas de los procesos desencadenados por el salto digital en campos tan fundamentales como lo son la salud, la educación, la economía, el gobierno y la seguridad, entre muchos otros. Luego, la seguridad ciudadana vuelve a ser una de las principales problemáticas que más afectan a los países de la región, tras los dos últimos años cuando la salud ha ocupado evidentemente la gran prioridad a atenderse a nivel mundial. Asimismo, el delito y las violencias también han sufrido un proceso de adaptación, sin que sus impactos dejen de generar numerosas víctimas e incrementen nuestra percepción de inseguridad. En este contexto global y local, los medios digitales han ganado muchísimas nuevas aproximaciones hacia el público, como han sido empujados y recargados de innovaciones. Aún más, las realidades locales se han visto sumergidas en procesos más complejos, con necesidades que siguen sin atenderse adecuadamente. Por tanto, las localidades son impactadas por los problemas globales, en ese sentido aterrizando sus efectos directamente. Al mismo tiempo, los viejos problemas vuelven a posicionarse, pero configurados por el salto digital como por el agravamiento de las diversas problemáticas locales.

En este contexto antes no conocido, nace **Webcindario**[1], un sistema periodístico vecinal para la prevención, denuncia y seguimiento de situaciones de inseguridad ciudadana. Creado desde el barrio de San Jerónimo de Tarija, donde los vecinos y vecinas no cuentan con medios o canales efectivos que les permitan denunciar los problemas de inseguridad ciudadana e incidir en la búsqueda de soluciones. Actualmente, el barrio de San Jerónimo de Tarija no cuenta con una plataforma digital local que absuelva todas necesidades. En específico, con un medio próximo a sus vecinas y vecinos frente a sus necesidades de información y comunicación en materia de seguridad ciudadana.

[1] Webcindario. Disponible en: http://webcindario.net

2. Planteamiento del problema (1 párrafo)

Los altos niveles de inseguridad ciudadana y la falta de servicios de seguridad adecuadas en el barrio de San Jerónimo de Tarija hacen que un medio digital localizado sea esencial para prevenir, denunciar y dar seguimiento a los hechos delictivos y violencias desencadenas territorialmente. Asimismo, los vecinos y vecinas del barrio de San Jerónimo de Tarija tienen una participación ciudadana activa y organizada dirigida hacia la lucha contra las principales problemáticas de su entorno. Así, Webcindario se convierte en una propuesta innovadora que enlaza las fortalezas de la localidad para responder hacia los insoportables sucesos de inseguridad que vienen sufriendo en los últimos años donde no han encontrado una respuesta de las autoridades efectiva y cercana.

3. Objetivos y retos (2 líneas)

- Construir un sistema periodístico de medios y canales de comunicación que puedan utilizar los vecinos de barrio San Jerónimo, para dar a conocer sus necesidades y problemas sobre seguridad ciudadana y construir una agenda de soluciones.
- Canalizar las demandas y necesidades de inseguridad ciudadana de los vecinos y vecinas del barrio San Jerónimo para construir una agenda común y una convivencia pacífica. Para este fin sistematizar sus demandas y dar apoyo técnico para la formulación del mensaje.

4. Estudio de preferencias o necesidades de la audiencia (2 párrafos)

La creación y desarrollo de Webcindario se ha llevado a cabo teniendo como población central a las vecinas y vecinos del barrio de San Jerónimo de Tarija. El estudio de las preferencias y necesidades de nuestra audiencia fue ejecutado mediante el enfoque del Design Thinking, que es un proceso de empatización dirigido para conocer a nuestros usuarios. Este enfoque está basado en diversas herramientas y técnicas para generar información enriquecida sobre lo que se busca conocer. Para ello, se usaron herramientas tales como el mapa de actores; encuestas dirigidas a los vecinos y vecinas del barrio; observación participante en asambleas o reuniones vecinales; entrevistas semiestructuradas a dirigentes vecinales y concejales, y entrevistas a expertos.

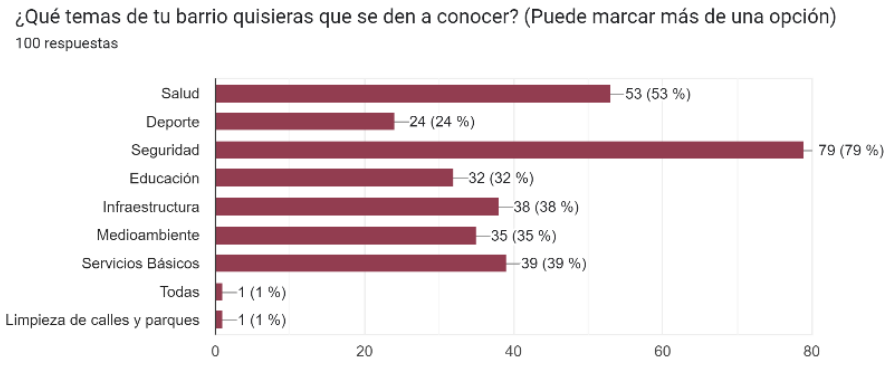
Ante los hallazgos e información que se iban recopilando, estos se concentraron en una bitácora virtual "Bitácora Equipo 2"[2] sostenida en la plataforma Jamboard de Google. Esta bitácora fue elaborada con la finalidad de la creación y desarrollo de un nuevo medio y sistema periodístico. En torno a ella, el equipo de trabajo sostuvo sesiones de trabajo semanales orientadas al desarrollo del nuevo medio y la discusión y reflexión de los nuevos avances. Así, en el marco del design thinking en base a una agenda de actividades, conseguimos lograr un proceso de empatización hacia las preferencias y necesidades de nuestra audiencia.

a. ¿Cómo empatizaron con la audiencia?

Primero, con el mapa de actores, pudimos identificar las diversas capas donde ubicamos a nuestros principales grupos de interés (*stakeholders*). Con ello, confirmamos que nuestro principal grupo de interés son las vecinas y vecinos del barrio de San Jerónimo de Tarija. Además, pudimos identificar a los dirigentes vecinales y los concejales municipales en un segundo nivel de grupos de interés. En

[2] Bitácora Equipo 2. Jamboard. Disponible en: https://jamboard.google.com/d/1YZr6OhPzAvd50-o3tNhXT18tY-Ar5599bX79oEQcIm0/viewer?f=0&pli=1

un tercer nivel a otros barrios colindantes y asimismo a medios locales aliados. Segundo, diseñamos la encuesta virtual “Encuesta Vecinal MediaLab #4”, respondida por 100 personas de la ciudad de Tarija (*M*=48; *F*=52), un cuestionario de preguntas cerradas y preguntas abiertas en algunos casos. Del total de encuestados, el 37% pertenece al rango de edad de 40 a 60 años; el 36% en el rango de 20 a 40 años; el 20%, de 18 a 29 años, y el 7% fueron personas de 60 años en adelante. Aquí hallamos, entre la valiosa información recogida, que el 79% de encuestados quieren que se dé a conocer el estado de seguridad de su barrio; superando con considerable diferencia a otros temas de igual de importancia como la salud (53%), el medioambiente (35%) y la educación (32%) (Ver Gráfico 1).



Grafíco 1. Resultados a la pregunta: “¿Qué temas de tu barrio quisieras que se den a conocer? (Puede marcar más de una opción)”. **Fuente**: Formularios de Google.

b. ¿En qué momentos involucraron al grupo meta en el desarrollo de su propuesta?

Aunque se involucró al grupo meta durante casi todo el proceso del design thinking, se da luego de la encuesta virtual un contacto directo con nuestro grupo meta debido a las herramientas cualitativas empleadas para el proceso de empatización, específicamente, gracias al conjunto de entrevistas presenciales y virtuales realizadas.

5. Detalle del proceso de ideación y de la metodología utilizada (2 párrafos)

El proceso de ideación tiene como objetivo la generación, filtración y selección de ideas para llegar a un concepto más desarrollado. Para ello, utilizamos como primeros insumos los resultados de la primera etapa de empatía. Luego, empleamos como filtros las razones de focalización geográfica y las posibilidades de acceso a información. En este marco, empleamos el método del prototipado, esto es, el diseño de un prototipo focalizado para verificar los resultados.

Para la realización del prototipado, debemos respetar las afinidades y preferencias del público meta (resultados de las encuestas), y testeo, mediante la realización de una reunión virtual con un grupo focal (vecinos de edades dominantes en los resultados de encuestas) mediante la escucha participativa de cada integrante.

a. ¿Qué técnicas utilizaron para llegar a su propuesta?

Para poner el prototipado en marcha, en primer lugar, realizamos una lluvia de ideas entre el equipo de trabajo donde tuvimos como resultados los productos pensados como grupo. Así, entre los

productos que se presentaron como alternativas, propusimos una plataforma web, como páginas oficiales de facebook o cuentas de TikTok. En segundo lugar, obtuvimos una serie de opciones para el prototipo del producto en base a resultados de la encuesta virtual, que colocaba a un 50% de personas que quisieran utilizar como el canal adecuado para mejorar la comunicación entre vecinos y autoridades competentes a las páginas oficiales en redes sociales, incorporando el aplicativo WhatsApp y las transmisiones en vivo. En tercer lugar, contamos con las alternativas para el prototipo del producto por parte de expertos externos invitados, que recomendaron una plataforma virtual que ofrezca respuesta a plazo por 15 días y además de una aplicación virtual. Así, con las ideas reunidas, procedimos a realizar el método de *dentro/fuera*, para quedarnos con las ideas más adecuadas a desarrollar:

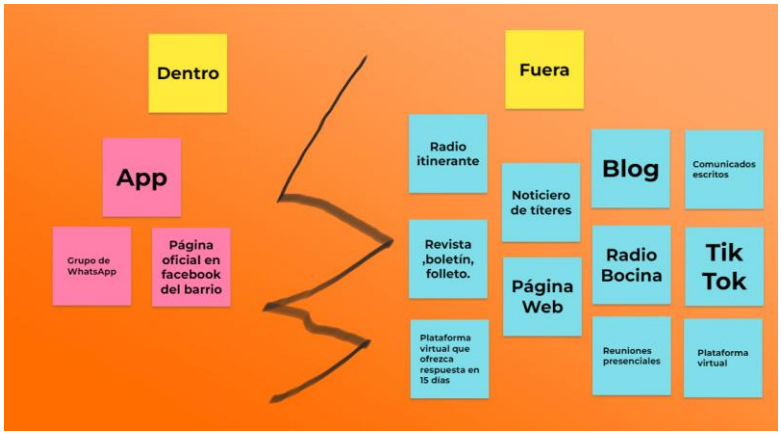


Gráfico 2. Resultados del método *dentro/fuera*. **Fuente:** Jamboard de Google.

b. Para realizar su propuesta, ¿tomaron en cuenta o recogieron ideas ya existentes? ¿De dónde?

Por ideas existentes, comprendemos nuestras referencias sobre los medios digitales que inspiraron en el sistema periodístico que se busca promover, con respecto a nuestra atención a la localidad, y medios digitales que asimismo hemos dado seguimiento con el objeto de recolectar experiencias comparadas y aprendizajes, ya sea porque tengan éxito legítimo dentro de sus campos o por ideas que valoramos en su ejecución como beneficiosas para Webcindario. Estos medios digitales de referencia los obtuvimos mediante el proceso del MediaLab #4, ya sea por las clases magistrales del inicio del programa; por los expertos externos invitados; las dinámicas propias del laboratorio, donde, a modo de ejemplo, nos pedían la exposición y opinión sobre medios digitales a nivel global, y por la bibliografía compartida por nuestro tutor Rodolfo.

Así, entre las principales referencias podemos a proyectos que se han enmarcado en el localismo como hiperlocalismo; que priorizan la calidad del contenido y tienen modelos de negocios adaptables a Webcindario, pudiendo nombrar a *El Surtidor* (Paraguay); Periodismo de Barrio (Cuba); OjoPúblico (Perú) y Revista La Brava (Bolivia), entre muchos otros.

c. ¿Qué aspectos, puntos o consejos dados por los expertos invitados tomaron en cuenta para su trabajo?

Dentro de los aspectos que hemos podido mejorar gracias a los consejos dados por los expertos invitados, rescatamos los siguientes puntos:

- Una mejor definición del propósito de Webcindario como un medio digital hiperlocal orientado a la comunidad local, pero con el potencial de replicabilidad hacia otros barrios con las mismas necesidades.
- Trasladarnos del prototipo inicial de Webcindario como una aplicación móvil, hacia Webcindario como una plataforma web desde donde emergían distintos tipos de canales de redes sociales.
- Girar de un sistema periodístico reactivo, que se limita a las alertas y denuncias después de acometidos los sucesos delictivos; es decir, esperar a que ocurran los delitos, hacia un sistema periodístico de prevención, un medio digital proactivo y constructivo que salga del delito y las denuncias, enfocándose hacia la coordinación, la comunicación, y la educación para la prevención del delito y violencias.

6. Plan de negocios o estudio de costos:

a. ¿Cuánto cuesta su proyecto?

Dentro de los costos identificados para la sostenibilidad del proyecto Webcindario, tenemos las principales necesidades de financiación:

Necesidades	Actividades	Costo
Equipo periodístico de planta	Organización del medio	3000 bolivianos x periodista
Equipo periodístico comunitario	Vecinos y vecinas que realicen el periodismo de campo	2100 bolivianos x periodista voluntario
Recursos técnicos	Computadoras o laptops para el equipo periodístico de planta	Costo de cuatro (04) computadoras o laptops para el equipo periodístico de planta.
	Celulares smartphones para el equipo periodístico comunitario	Costo de los celulares smartphones necesarios para el equipo periodístico comunitario.
	Conexión a Internet para el equipo periodístico y el equipo periodístico comunitario.	Costo de la conexión a Internet para las computadoras o laptops y los smartphones
Plataforma virtual	Sostenibilidad web	Pago mensual a hosting

b. ¿Tomaron en cuenta los costos reales? ¿Alcanzaron el punto de equilibrio?

Los costos reales a los que hemos dado mayor consideración han sido los relacionados al pago de salarios del equipo periodístico de planta y el equipo periodístico comunitario, como capital humano que representan. Asimismo, con respecto al equipo periodístico comunitario, debemos resaltar las inversiones en capacitación en periodismo barrial a cargo del equipo periodístico de planta. Este programa de capacitación está elaborado para desencadenar espacios comunitarios sostenibles de aprendizajes, dinámicos y cuyos efectos tengan expansión en otros colectivos. Por otro lado, también hemos considerado los costos reales para la mantener la presencia virtual de Webcindario mediante el pago mensual o por paquetes de meses hacia un hosting de confianza.

c. ¿Cómo piensan obtener ingresos?

Una de nuestras principales propuestas para hacer de Webcindario un medio sostenible con la generación de ingresos, es mediante la creación de la sección La Tienda en nuestra plataforma web.

Aprovechando nuestras fortalezas como medio digital hiperlocal, con respecto a nuestro vínculo directo con las redes vecinales, hemos diseñado una sección que permita servir como espacio pagado donde emprendimientos locales podrán encontrar sus servicios y productos dentro de una plataforma web con circulación activa por potenciales consumidores, es decir, su barrio en un sentido amplio, y además de contar con un entorno virtual estilizado, profesional y con legitimidad social como carta de presentación.

7. Calidad de la idea (2 párrafos)

Como venimos detallando, para poder contar con una idea mejor definida y potente, hemos sostenido diferentes enfoques y metodologías que nos garanticen un proceso continua de mejora sobre lo que venimos diseñando. Estos procesos emprendidos nos han orientado de partir desde la amplitud y cadena de emociones que genera en nuestra imaginación la inseguridad ciudadana, tras los primeros resultados de empatización, al aterrizar hacia una propuesta hiperlocal que busque no solo ser un mecanismo de respuesta ante la inseguridad directa de un barrio, sino que se proponga empujar esfuerzos colectivos de prevención al delito.

a. ¿Esta idea es disruptiva? ¿Por qué?

La idea de un sistema periodístico hiperlocal es disruptiva ya que estamos frente a cierta hegemonía de medios de comunicación que no pueden dar cobertura especializada a las localidades de acuerdo a su alcance más amplio. Además, su idea de replicabilidad en otros barrios es asimismo disruptiva ya que podría estar construyéndose de fondo un sistema compartido por más de un barrio que puedan estar sufriendo de las mismas necesidades por mejores niveles de seguridad y que, se ha comprobado, que barrios más cohesionados tienen mejores oportunidades para poder prevenir y controlar el delito. Cumpliendo este papel desencadenador de cohesión social, de unión en el barrio, estaríamos contando con una poderosa herramienta desde el periodismo que colabore significativamente por la transformación de barrios sin violencia.

b. ¿Qué aspectos de la idea sirven para otros periodistas y medios de comunicación?

Dentro de las principales ideas que buscamos promover con la sostenibilidad de Webcindario, encontramos la **hiperlocalidad**, uno de las grandes fortalezas que buscamos posicionar como experiencia a ser compartida hacia otros medios de comunicación y personal periodista cercano y externo. Queremos representar una propuesta que se comprenda como gestora de comunidades de información gracia a su trabajo cercano con su audiencia. Creemos que en la hiperlocalidad podemos encontrar enriquecidos recursos de capital social y capital cultural para poder no solo sostener proyectos como Webcindario, sino intentar imaginar otros espacios de encuentro entre la ciudadanía donde los medios hiperlocales sean parte fundamental de fomentar visiones más amplias ante problemas tan parecidos que sufren los barrios.

c. ¿La idea propuesta tiene relevancia social? ¿En qué sentido la idea es relevante para la sociedad, los medios y el periodismo?

Webcindario tiene el propósito de crear cohesión social en el barrio como respuesta a los niveles de inseguridad. Para ello, busca ir más allá de solo ser un medio de comunicación que espere al delito y se limite a las denuncias; sino, propone un sistema periodístico proactivo, que por su identificación con el periodismo hiperlocal esté fortalecido por las redes vecinales del barrio donde da cobertura.

Es decir, esté fortalecido por la información del barrio. Al mismo tiempo, al representar al barrio en su vida cotidiana, bajo la lógica de iluminar sus coordinaciones y acompañar sus esfuerzos colectivos, proponemos una mirada que no reproduzca estereotipos, estigmas y prejuicios hacia lugares que sufren del delito. En ese sentido, Webcindario se posiciona en el periodismo hiperlocal para fortalecerse con las redes vecinales y la información comunal, en un contexto donde la ciudadanía confía cada vez menos en los medios tradicionales. Además, busca dar cobertura no de periodismo rojo, sino de prevención hacia la inseguridad ciudadana, al mismo tiempo construyendo visiones más justas y sin sesgos sociales sobre calles con delitos; todo ello en contraposición a las reproducciones estigmatizadoras y reduccionistas que los medios masivos construyen sobre lugares vulnerables a las violencias.

8. ¿Calidad del proyecto? (1 párrafo)

La calidad del proyecto está basada en los productos que se van a generar a partir de la plataforma virtual Webcindario. Estos productos son noticas dedicadas a la materia de prevención y control del delito y las violencias. Es decir, noticias que den cobertura a la inseguridad ciudadana con un enfoque proactivo y constructivo. La calidad de las noticias va a incrementarse gracias a estar fortalecidas por las redes vecinales y la información comunitaria de un barrio, que como muchísimos otros a nivel global, desconfían de las agencias de seguridad ciudadana.

a. ¿Qué elementos de la propuesta fueron prototipados y testeados? ¿Por qué?

Los elementos de Webcindario que han podido ser testeados por nuestro público meta hasta el momento, han sido nuestra plataforma web y nuestros canales de redes sociales, en específico, nuestro perfil WhatApp. Con respecto a la plataforma web, estamos hablando del producto central del sistema periodístico hiperlocal que representa Webcindario. Gracias al desarrollo de esta plataforma web, es desde donde vamos a poder activar nuestros canales de redes sociales que tendrán como fuente principal a Webcindario.net. Ante ello, era de primer orden poder testear nuestro prototipo final hacia nuestro público meta. Así, contamos con las reacciones de los vecinos y vecinas del barrio San Jerónimo de Tarija, siendo el punto de los comentarios los elementos propios de nuestra plataforma web, específicamente, los colores de la plataforma web (de una maqueta de colores azules, pudimos trasladarnos a una maqueta de colores naranja, de acuerdo a que para la localidad los colores azules representan a determinados partidarios políticos).

Por otro lado, se testearon nuestros canales de redes sociales, en específico, el perfil de Webcindario en WhatApp, tras circular en esta aplicación una noticia elaborada por el equipo de trabajo vía el formato de audio. Ante ello, los comentarios se orientaron a anotar que mejores formatos para comunicar nuestras noticias podrían ser tanto el video e imágenes o gif de memes. Estos aportes no descartan el formato de audio, no obstante, enriquece la circulación de las noticias por producirse mediante otros formatos que puedan generar más impacto y ser fáciles de compartir.