

PRESENTACIÓN RESULTADOS

Cartografías DE LA INFORMACIÓN



SOBRE Cartografías de la información

En el 2015 la Fundación para la Libertad de Prensa Cartografías inició un recorrido por el país para realizar un diagnóstico sobre el ecosistema de los medios de comunicación en cada uno de los pueblos y ciudades de Colombia.

Este viaje por las grietas del periodismo y las cifras que acá presentamos plantea un desafío de grandes dimensiones. En 353 municipios, donde viven 3.985.465 de personas, no hay ningún medio de comunicación. Y en 313 aunque existen medios, no producen información local. Esta situación nos invita reaccionar a todos, a las universidades, sociedad civil, empresas, y por supuesto al gobierno. Debemos respaldar el desarrollo de medios locales de calidad porque sin ellos la democracia queda sorda y ciega y eso nos empobrece como sociedad.



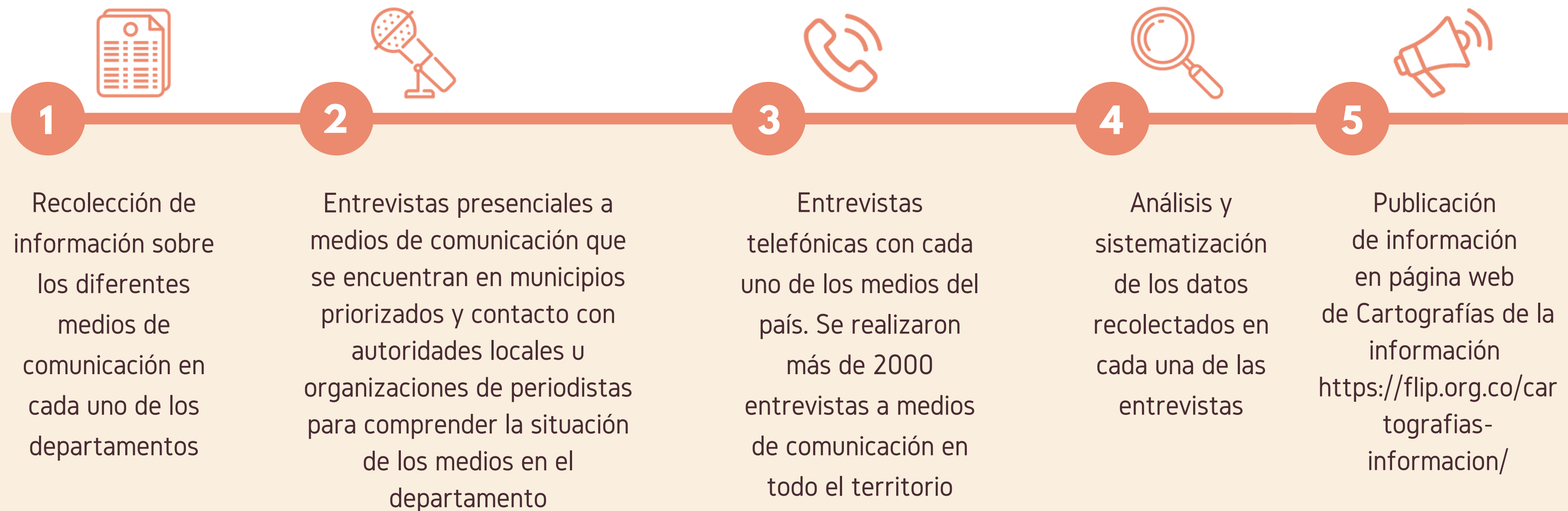
OBJETIVOS del proyecto

- Visibilizar las condiciones en las que trabajan los medios de comunicación en las regiones de Colombia.
- Conocer qué zonas del país no reciben ningún tipo de información local y en qué lugares se concentran los medios de comunicación en los departamentos.
- Conocer en qué lugares del país existen medios impresos, radiales, digitales y televisivos.



METODOLOGÍA del proyecto

Cinco momentos por departamento



Notas IMPORTANTES

RECOLECCIÓN DE DATOS

La recolección de datos transcurrió desde el año 2015 hasta el año 2019. En el 2019 se hizo la actualización de información sobre los medios de comunicación en todos los departamentos.

ENTREVISTAS

No fue posible entrevistar 199 medios, algunos de ellos se negaron a proporcionar información y con otros no fue posible establecer ningún contacto.

CIUDADES PRINCIPALES

Las ciudades de Medellín, Bogotá y Cali ni sus áreas metropolitanas fueron mapeadas ya que por ser ciudades principales cuentan con una oferta suficiente de información local.

FUENTES

INTERNET

INFORME
TRIMESTRAL
DEL MINTIC I
TRIMESTRE
INTERNET 2017

POBLACIÓN

PROYECCIÓN
DE POBLACIÓN
DANE
2020

EMISORAS

EMISORAS DE
COLOMBIA MINTIC
2016, 2017, 2018, 2019

PLAN TECNICO DE
RADIODIFUSIÓN
SONORA AM 2016,
2017, 2018, 2019

PLAN TECNICO DE
RADIODIFUSIÓN
SONORA FM 2016,
2017, 2018, 2019

MUNICIPIOS

CT01
CATEGORIZACIÓN
DE MUNICIPIOS

NECESIDADES
BÁSICAS
INSATISFECHAS-
CENSO NACIONAL
2005

MUNICIPIOS PDET

DOCUMENTOS DISPONIBLES EN:

https://drive.google.com/drive/folders/11wED8xExAsW_xcWvDIDZBG0KW5gBgeQS?usp=sharing

¿Cuál fue la **MAGNITUD** de la prueba?

El proyecto Cartografías de la información identificó:

2.187

medios de
comunicación

35.670.949

población
mapeada

1.109

municipios
mapeados

¿Cómo ENTENDER los resultados?

Para comprender y categorizar la situación respecto a la oferta de información local que reciben los habitantes de un municipio se calificó cada municipio y departamento con tres colores:



ROJO

Para zonas que están en silencio: Lugares donde no existen medios de comunicación en el municipio o si existen, no cubren todo el municipio o no producen información local.



NARANJA

Para lugares que cuentan con al menos un medio de comunicación que proporcione información local y que cubra todo el municipio con zonas rurales y urbanas.

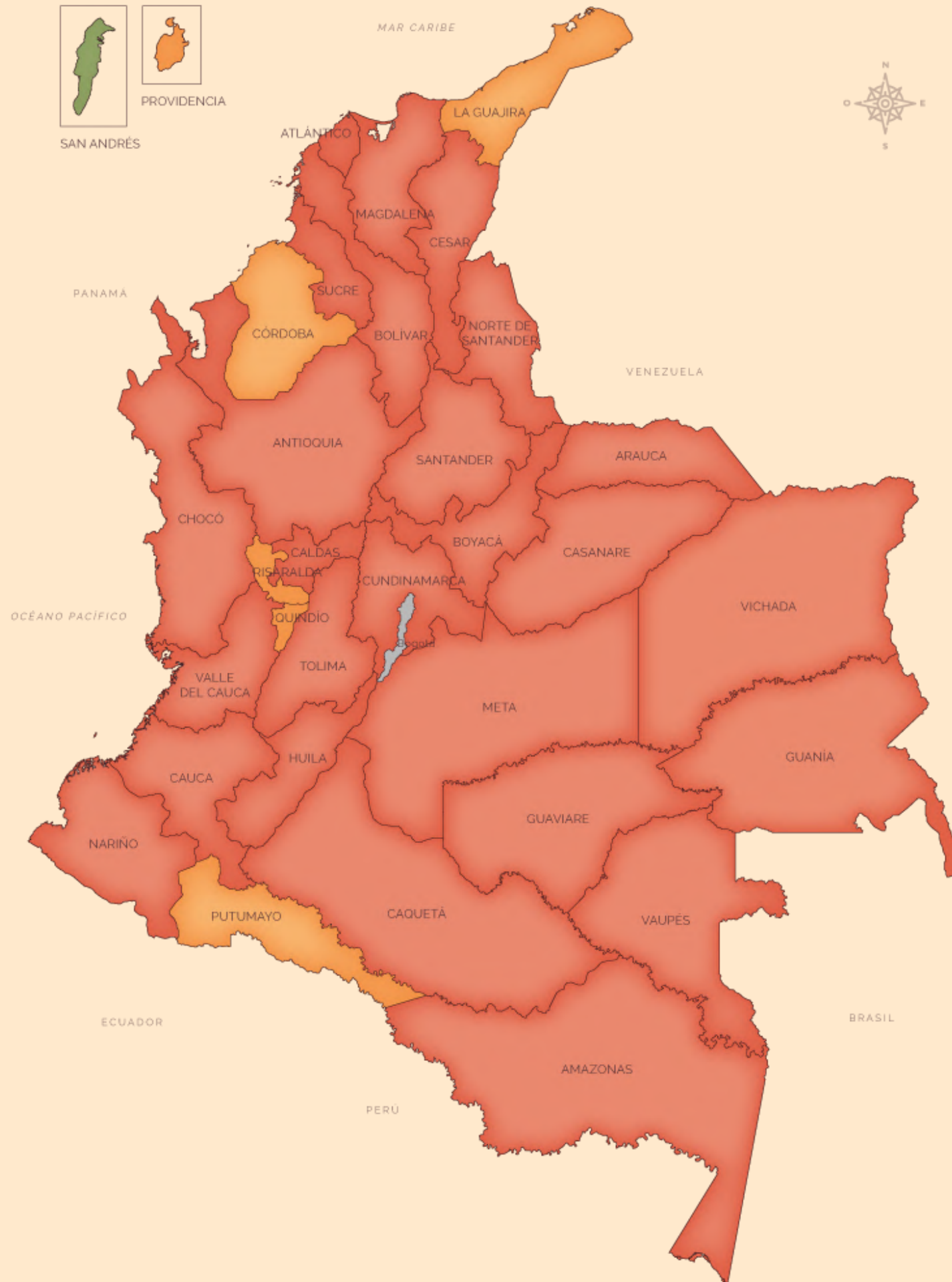


VERDE

Para lugares que tienen más de un medio de comunicación que proporcione información local y que cubra todo el municipio con zonas rurales y urbanas.

RESULTADOS

No se incluye Medellín, Bogotá,
Cali ni sus áreas metropolitanas



CONVENCIONES

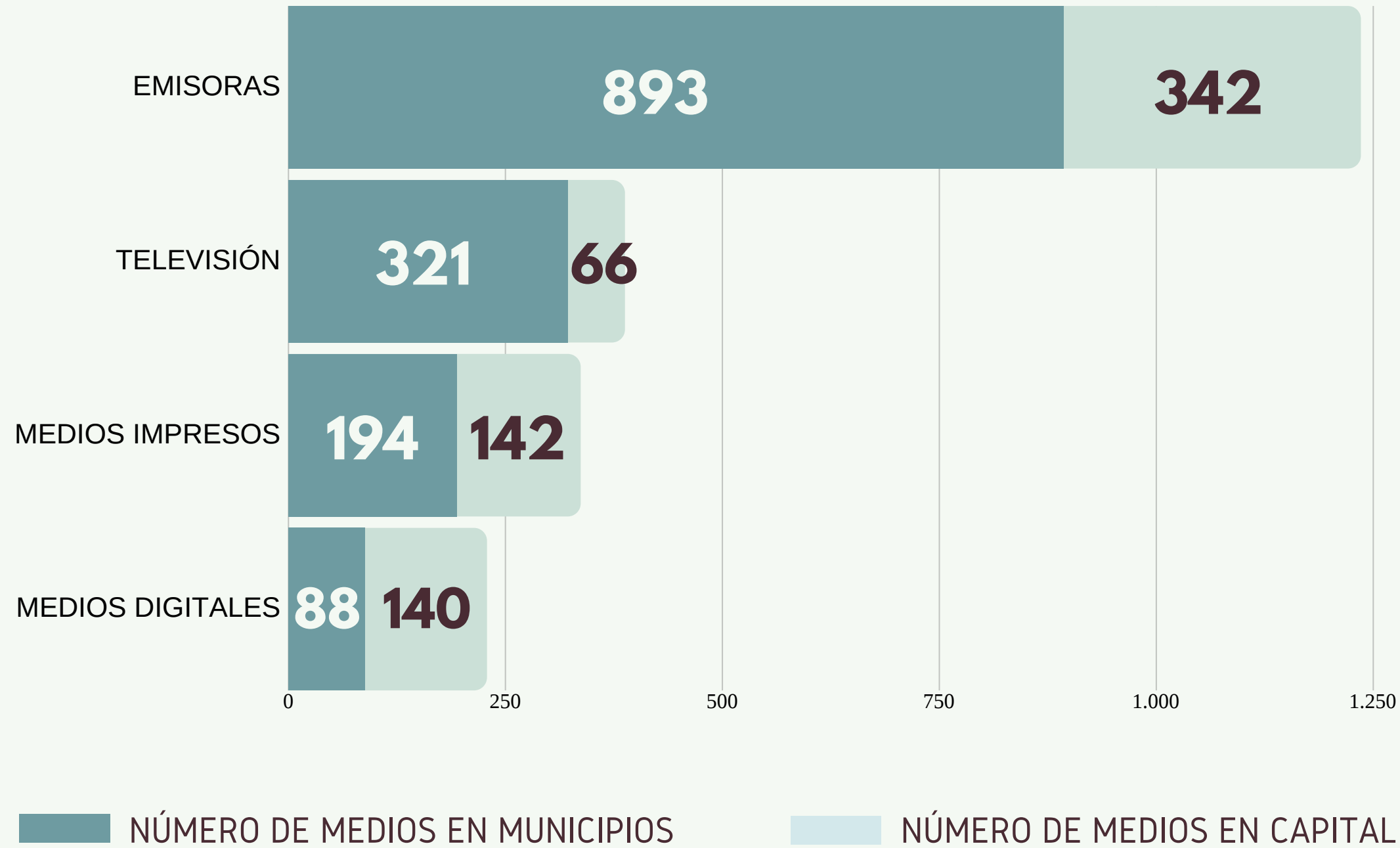
- Suficiente información local
- Insuficiente información local
- En silencio

Situación NACIONAL

El 29% de la población colombiana vive en municipios silenciados.

CONCENTRACIÓN CAPITAL

El 32% de los medios de comunicación se encuentran concentrados en las capitales de cada departamento. Los medios digitales son el ejemplo más claro.



Zonas en **SILENCIO**

60%
DE LOS MUNICIPIOS
se encuentran sin ningún tipo
de información local.



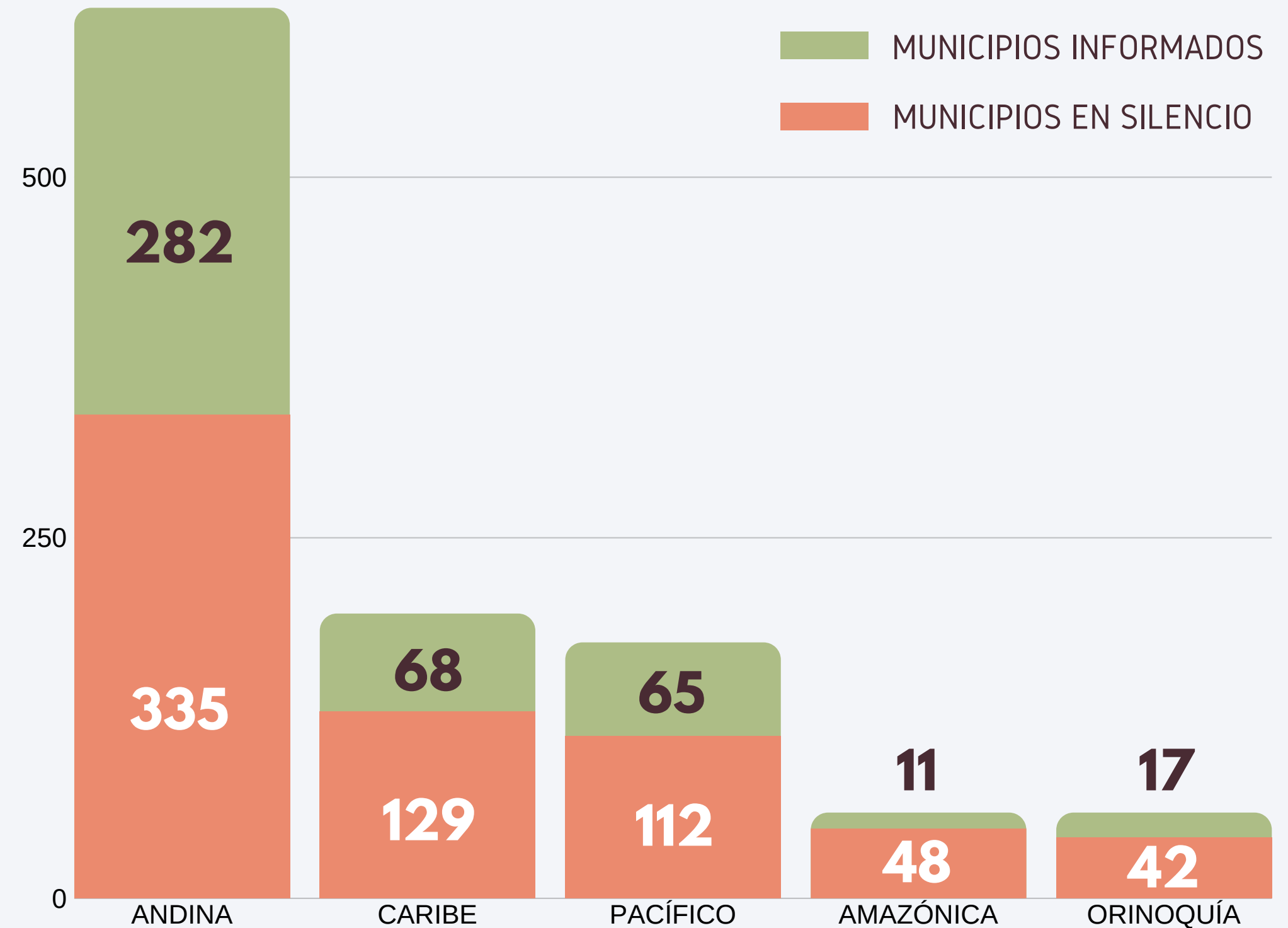
353
MUNICIPIOS EN COLOMBIA
no tienen ningún medio de comunicación



29%
**DE LA POBLACIÓN
COLOMBIANA**
se encuentra en territorios
silenciados

SILENCIO en las regiones

Más de la mitad de los municipios en cada una de las regiones se encuentra en total silencio



Datos del SILENCIO

100%

**DE LOS
MUNICIPIOS**

en silencio se
encuentran en
categoría 6*

58%

**DE LOS
MUNICIPIOS**

en silencio
tienen más de
2000 habitantes

65%

**DE LOS
MUNICIPIOS**

que se encuentran
en el PDET están
en silencio

*Categoría seis son “todos aquellos distritos o municipios con población igual o inferior a diez mil habitantes y con ingresos corrientes de libre destinación anuales no superiores a quince mil salarios mínimos legales mensuales

Región ANDINA

HABITANTES: 15.631.436
MUNICIPIOS: 617
MEDIOS: 1.122

253

MEDIOS

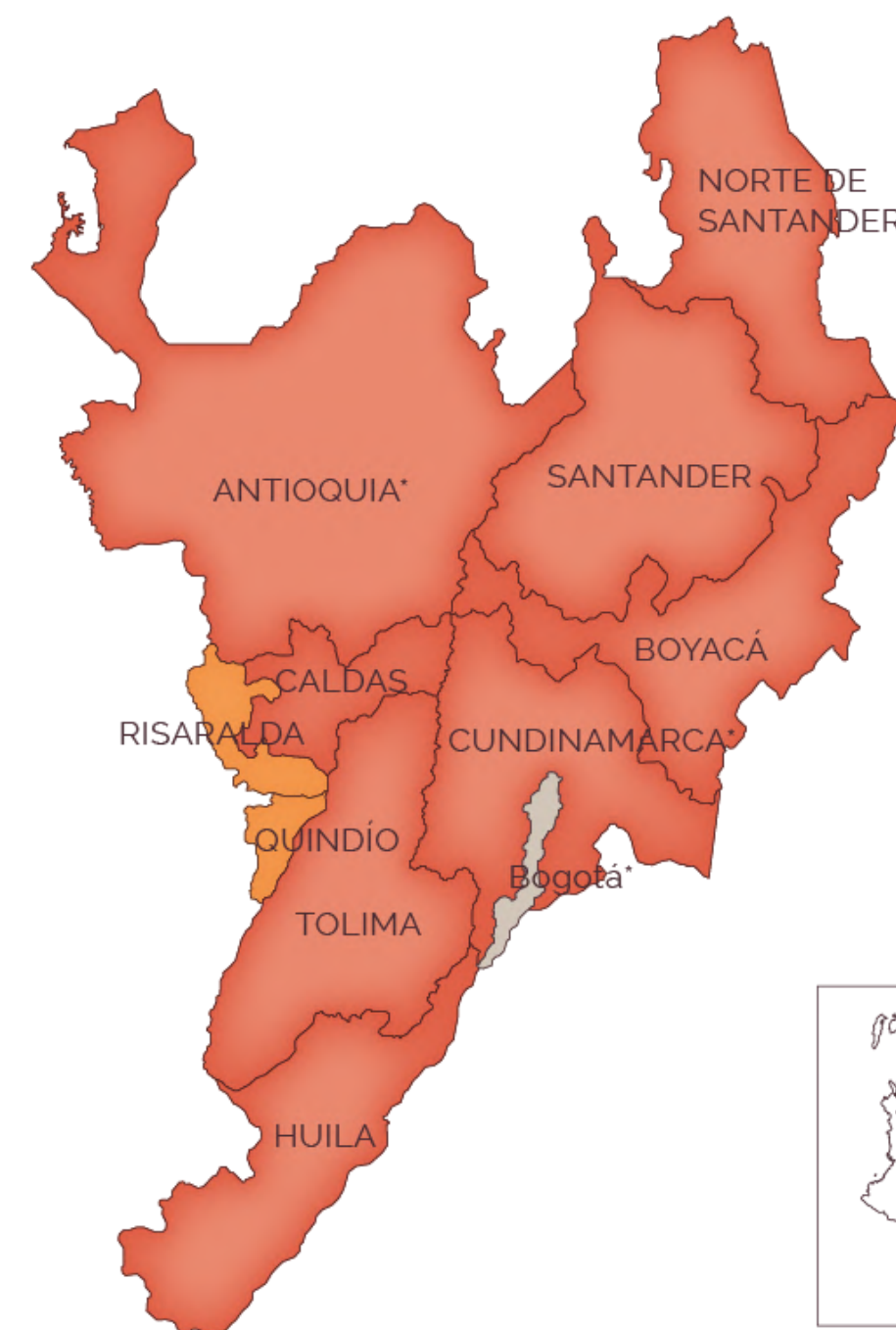
no vinculan
laboralmente a sus
periodistas

48%

DE LOS MEDIOS
tienen informativo
local

1.122
MEDIOS DEL PAÍS

se encuentran en
esta región



Región CARIBE

HABITANTES: 11.005.655
MUNICIPIOS: 197
MEDIOS: 457



175
MEDIOS
no vinculan
laboralmente a sus
periodistas

156
DE LOS MEDIOS
manejan la
modalidad de cupos
publicitarios

9,9%
SUSCRIPTORES
una de las mejores
cifras de acceso a
internet

42%
DE LOS MEDIOS
incluyen informativos
locales en su
programación

Región PACÍFICA

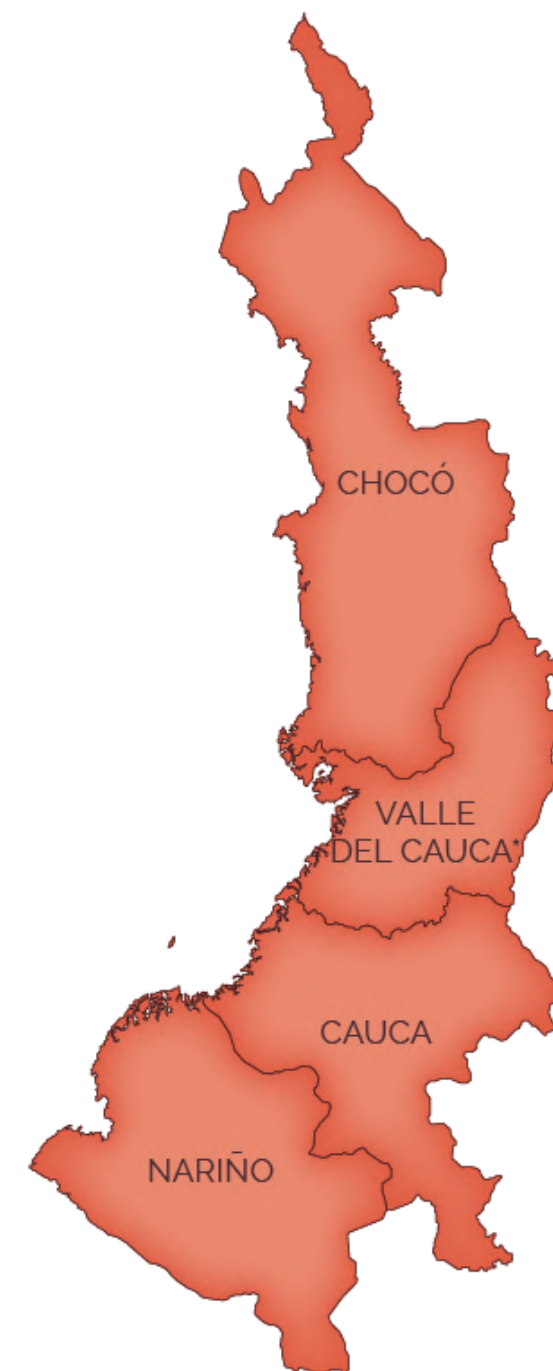
HABITANTES: 6.111.476
MUNICIPIOS: 177
MEDIOS: 347

64%
**DE LOS
MUNICIPIOS**
se encuentran
en silencio

30%
DE LA POBLACIÓN
no recibe
información local

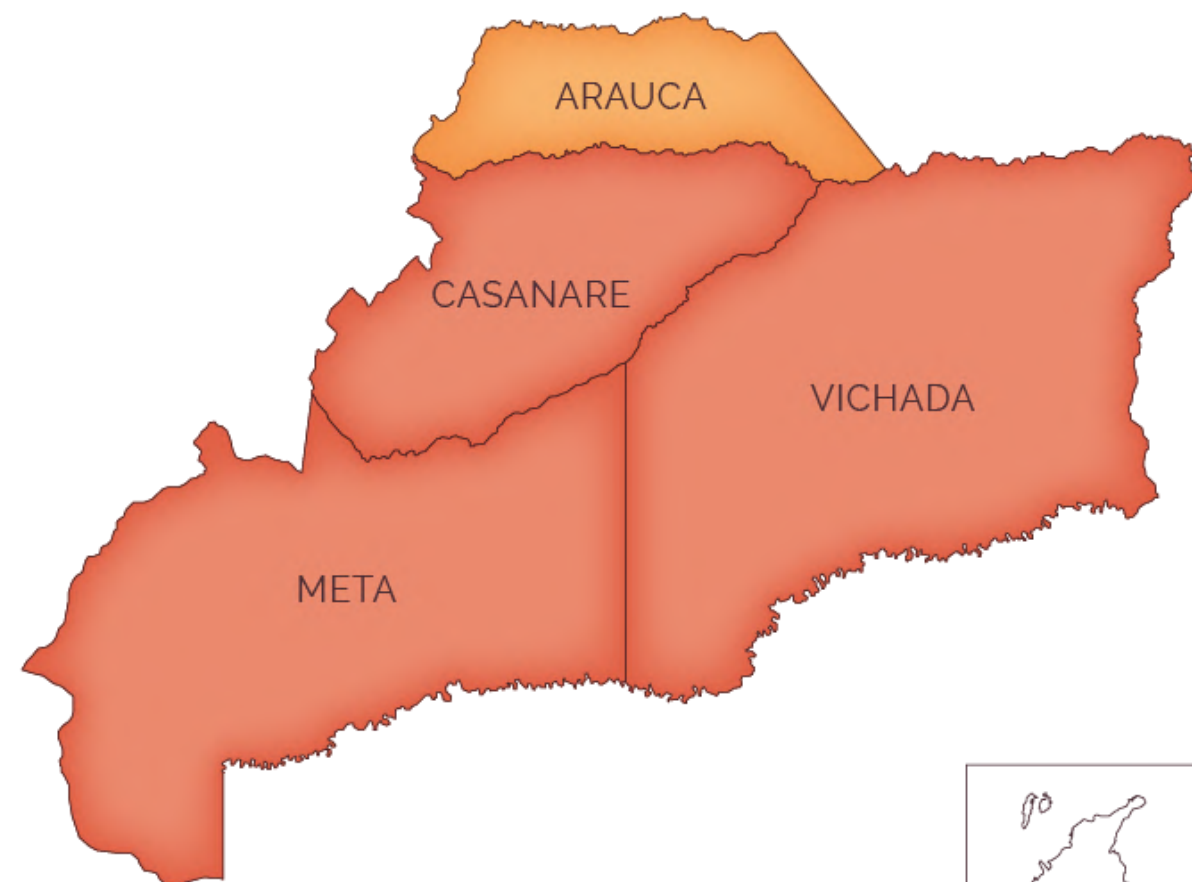
72%
**DE LOS
PERIODISTAS**
son hombres

114
MEDIOS
no vinculan
laboralmente a los
periodistas



Región ORINOQUÍA

HABITANTES: 1.769.250
MUNICIPIOS: 59
MEDIOS: 141



72%
**DE LOS
MUNICIPIOS**
se encuentran
en silencio

51%
DE LA POBLACIÓN
no recibe
información local

50%
DE LOS MEDIOS
no producen
información local

100%
DE LAS EMISORAS
en el departamento
de Vichada son de la
fuerza pública

Región AMAZÓNICA

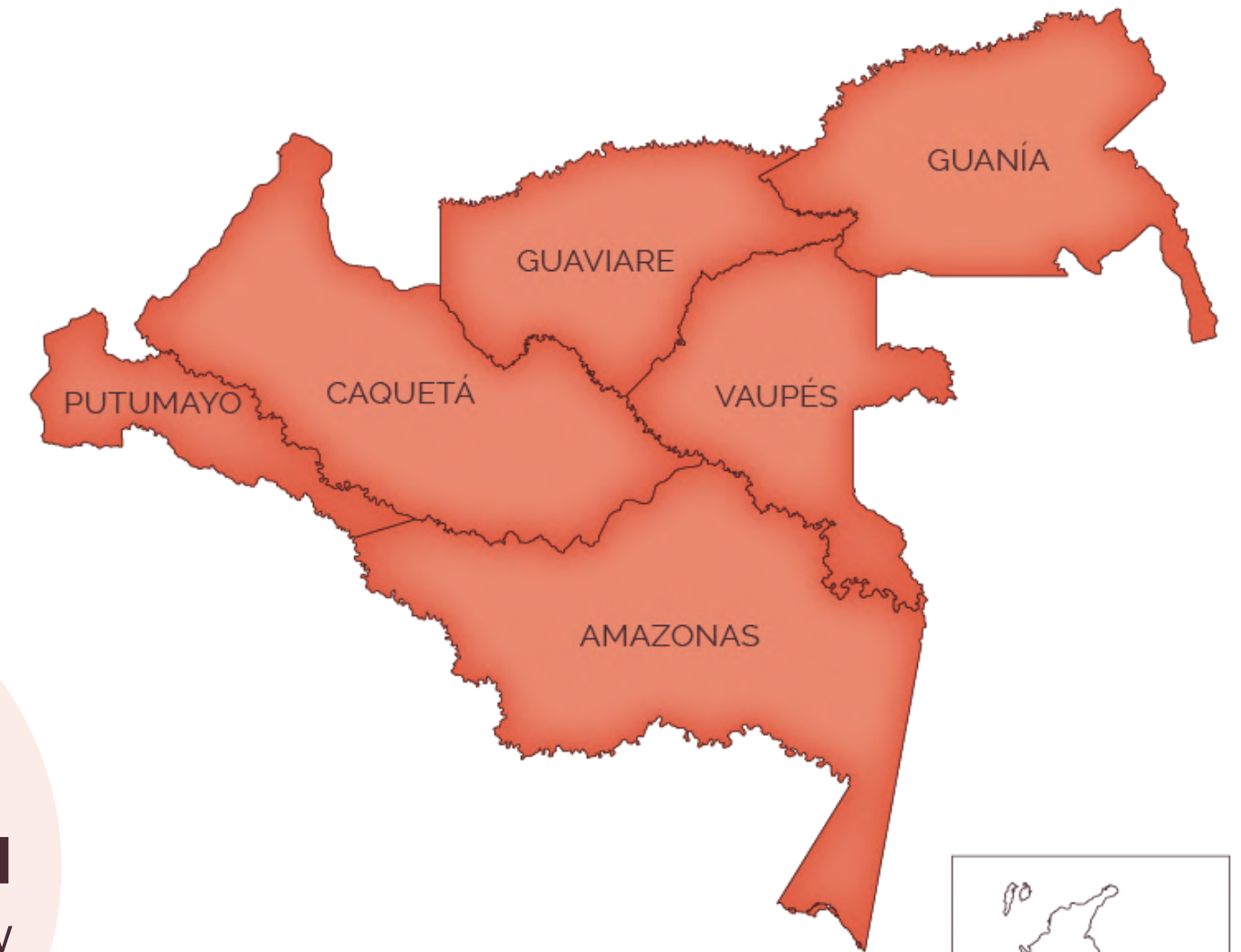
HABITANTES: 1.153.132
MUNICIPIOS: 59
MEDIOS: 119

81%
DE LOS MUNICIPIOS
se encuentran
en silencio

51%
DE LA POBLACIÓN
no recibe
información local

12%
DE LOS MEDIOS
son de las
fuerzas militares

2,6%
DE LA POBLACIÓN
tiene acceso a internet. y
la velocidad de descarga
es 40 veces más lenta
que la de Bogotá

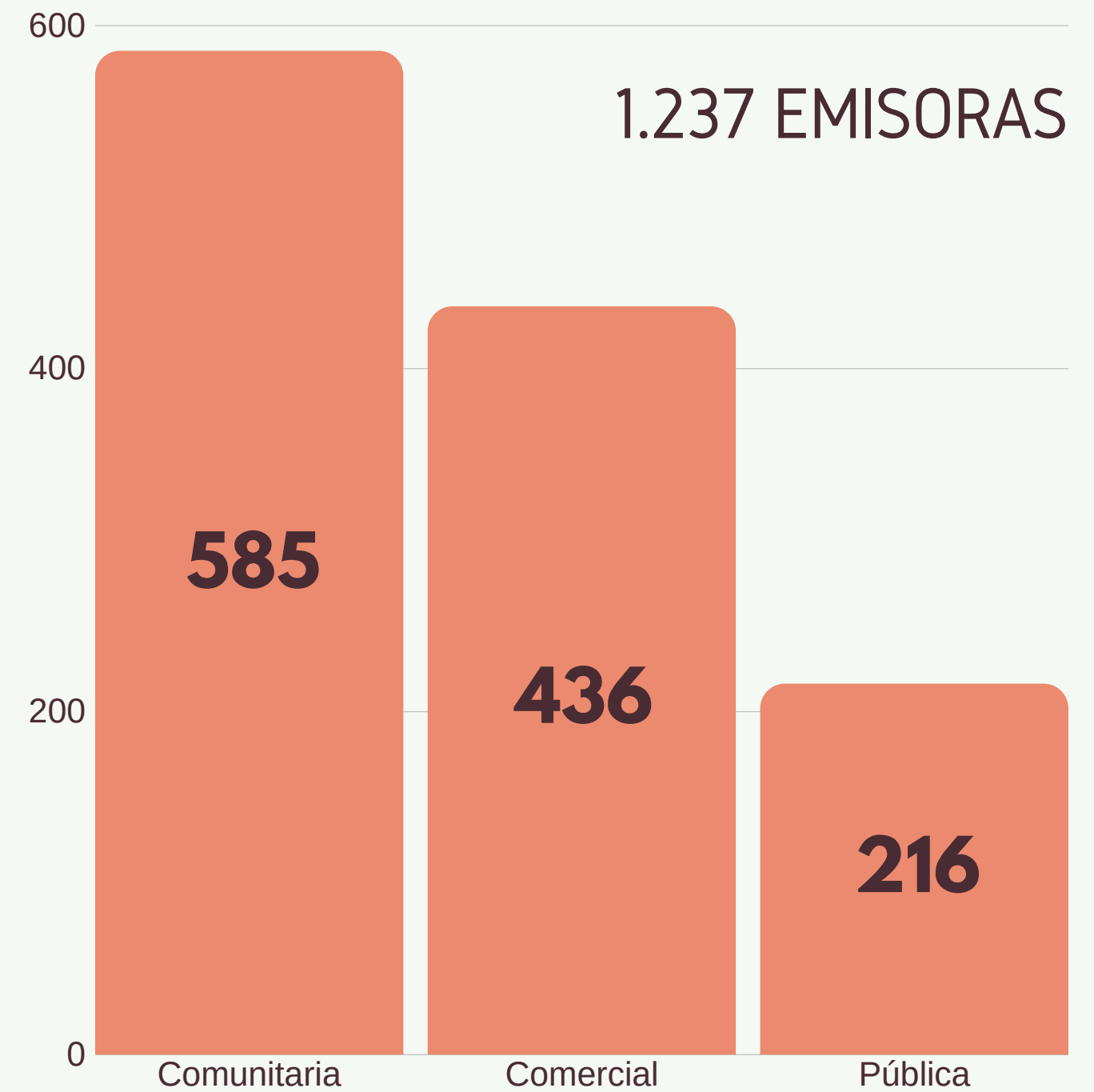


RADIO

LA RADIO ES EL MEDIO DE COMUNICACIÓN
QUE PREDOMINA EN EL PAÍS.

EL **56%**
DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
en Colombia son emisoras

La radio cubre el
95%
DEL PAÍS



 **25%****DE LAS EMISORAS COMUNITARIAS**

no tienen ningún tipo de información local

**106 EMISORAS DE INTERÉS PÚBLICO**

pertenecen al Ejército, Policía o Armada

En siete municipios

LA EMISORA DE LA FUERZA PÚBLICA

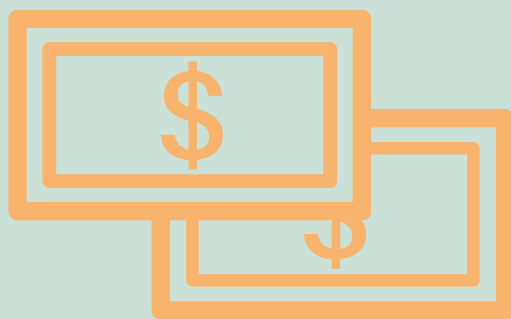
es el único medio de comunicación que existe

- Cumaribo en Vichada
- Vista Hermosa, La Uribe, Puerto Rico y La Macarena en Meta
- Toledo en Antioquia
- Mahates en Bolívar

SOSTENIMIENTO

Respecto a las emisoras se rastrearon tres tipos de ingresos:

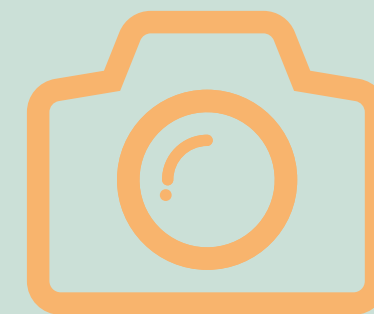
**VENTA DE
PUBLICIDAD**
a negocios
comerciales



**VENTA DE
PUBLICIDAD**
a instituciones
oficiales

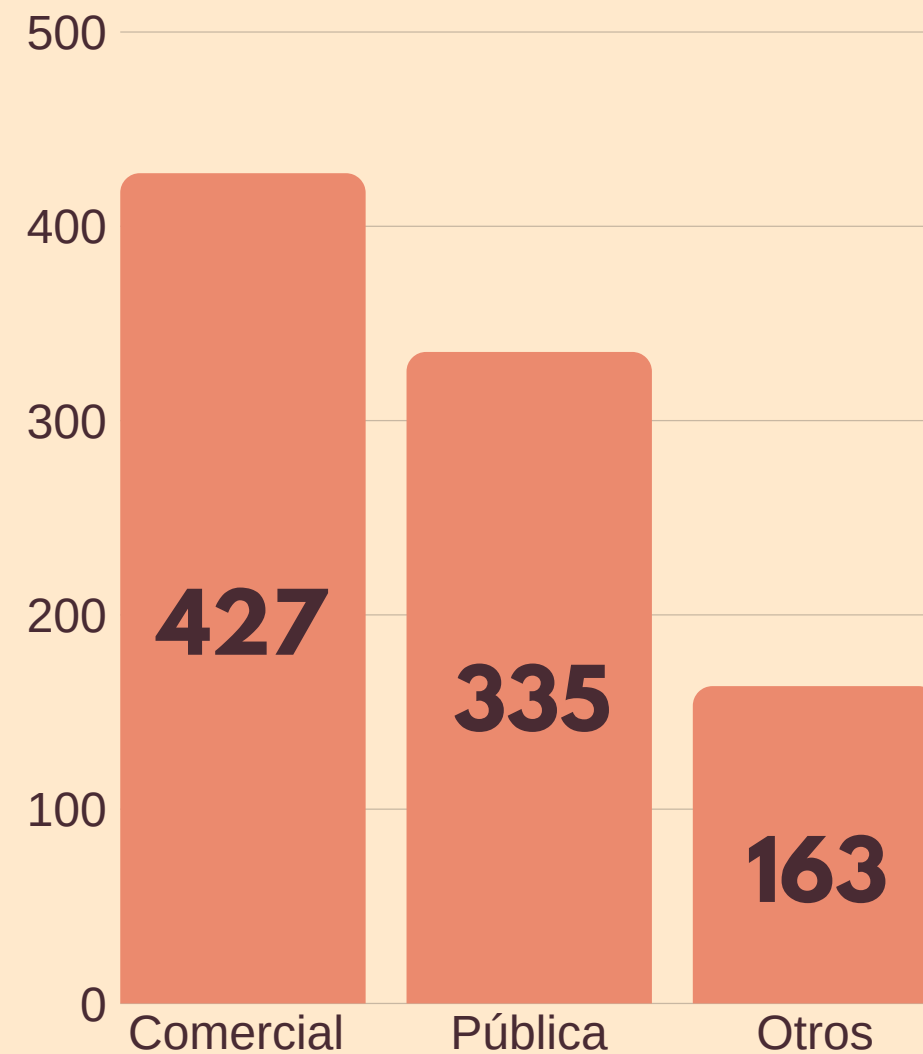


**OTRO TIPO
DE INGRESOS**
(aportes de la comunidad,
eventos, venta de otros
servicios)

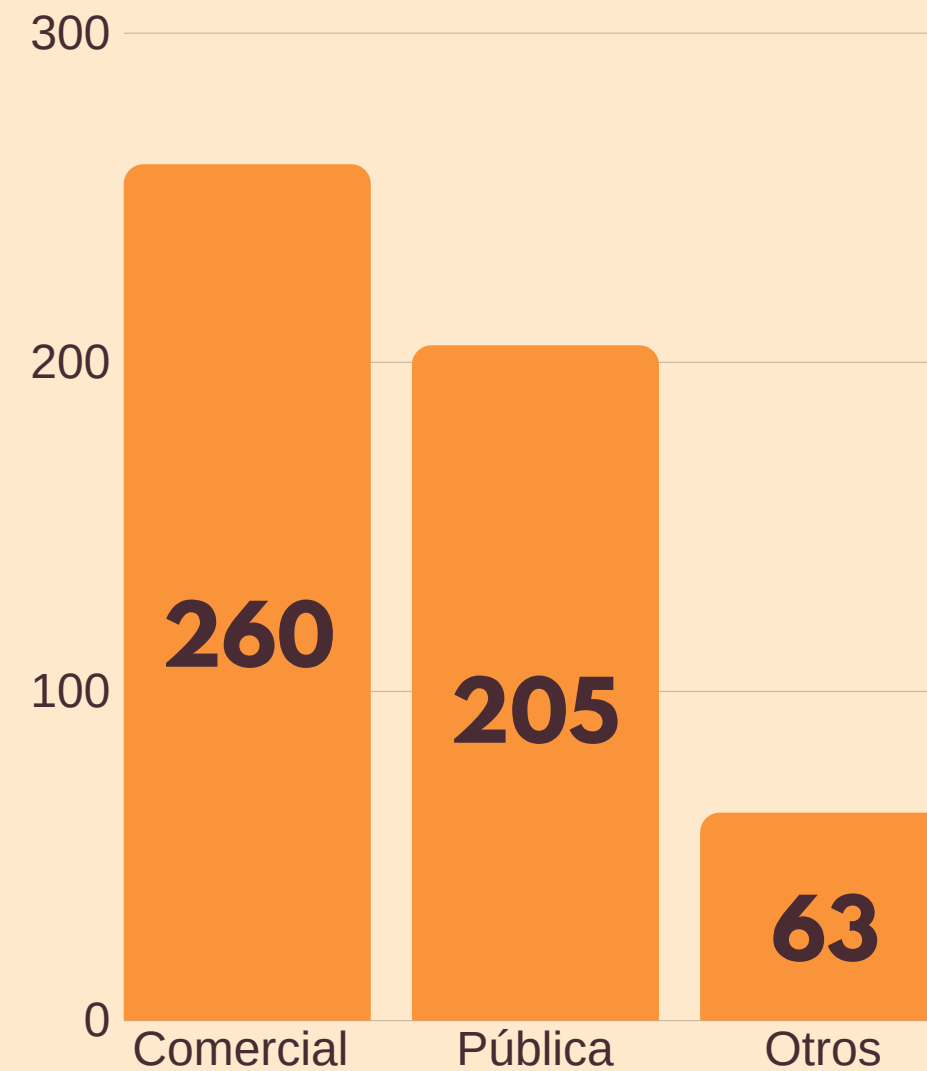


Tipos de INGRESOS DE RADIO

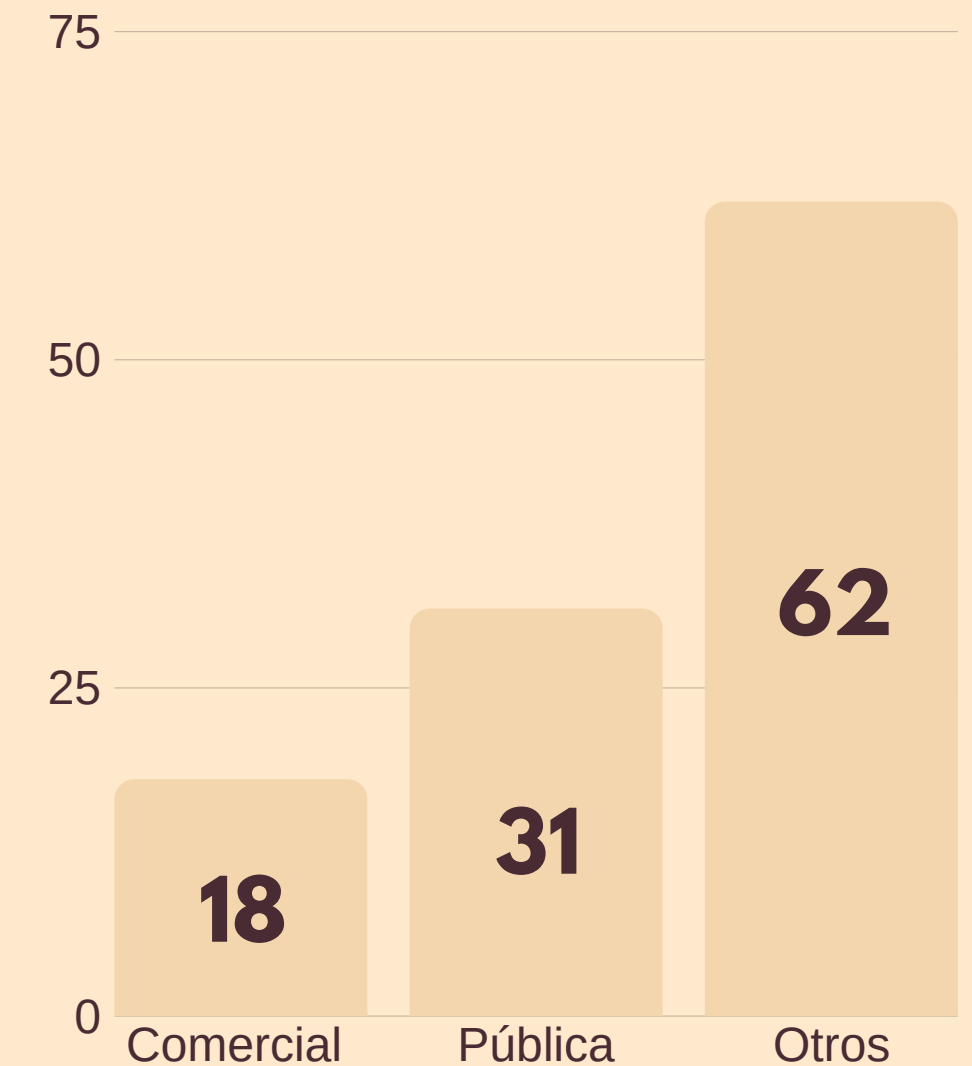
COMUNITARIAS

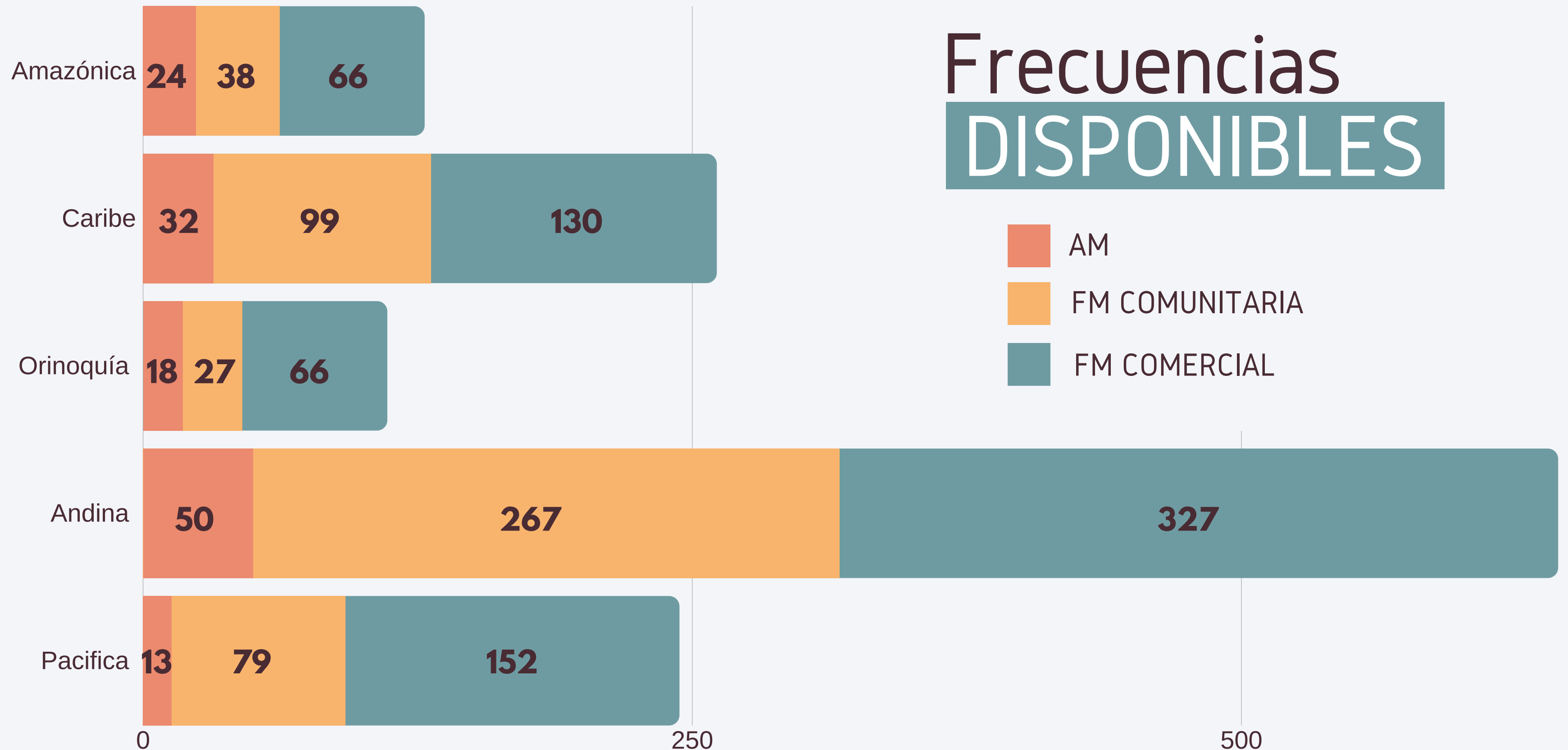


COMERCIALES



PÚBLICAS





Carencias en INFRAESTRUCTURA

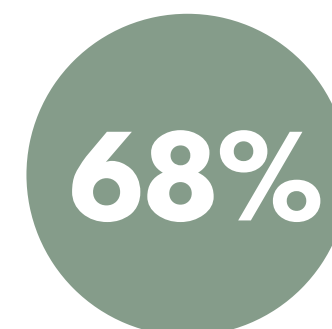
- Problemas con la frecuencia
- Inversión en equipos
- Equipos técnicos para la cabina
- Problemas con la antena
- Cobertura de Internet



de las emisoras comunitarias manifestó tener algún problema con la infraestructura.



de las emisoras comerciales manifestó tener algún problema con la infraestructura



de las emisoras públicas manifestó tener algún problema con la infraestructura

90
EMISORAS COMUNITARIAS
 pertenecen a iglesias



33
EMISORAS COMUNITARIAS
 funcionan desde una infraestructura
 de iglesias o alcaldías



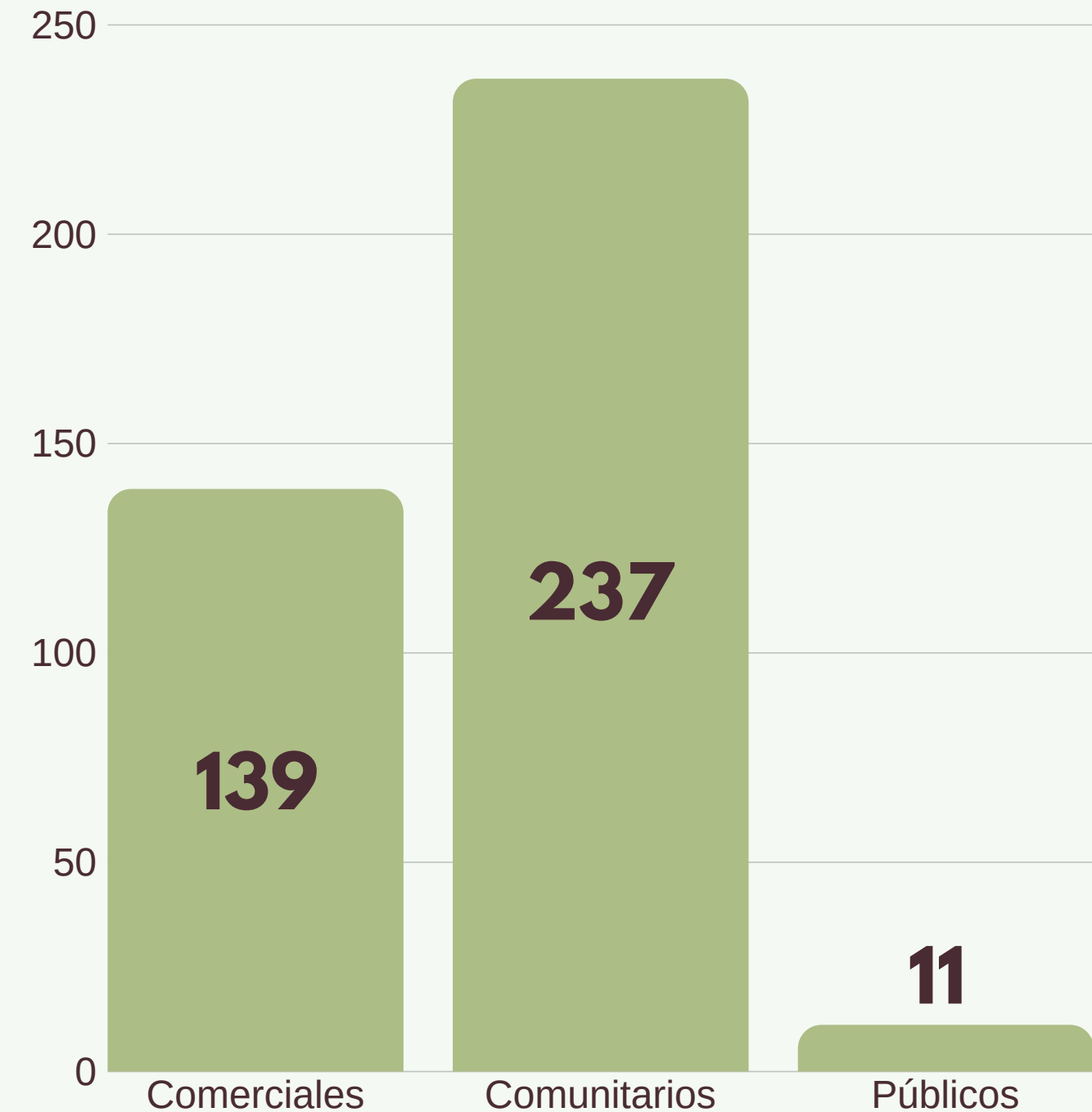
237
EMISORAS
COMUNITARIAS
 aseguraron sentirse víctimas de censura.

TELEVISIÓN

 **387**
CANALES DE TELEVISIÓN
 están funcionando en Colombia

43% **DE LOS CANALES**
 no manejan ningún tipo
 de información local

57% **DE LOS CANALES**
 solamente cubren el casco
 urbano de los municipios



SOSTENIMIENTO

Respecto a los canales de televisión se rastrearon cuatro tipos de ingresos:

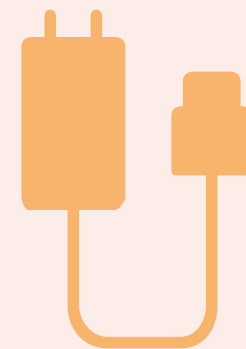
VENTA DE PUBLICIDAD
a negocios
comerciales



VENTA DE PUBLICIDAD
a instituciones
oficiales



Costo de
SUSCRIPCIÓN

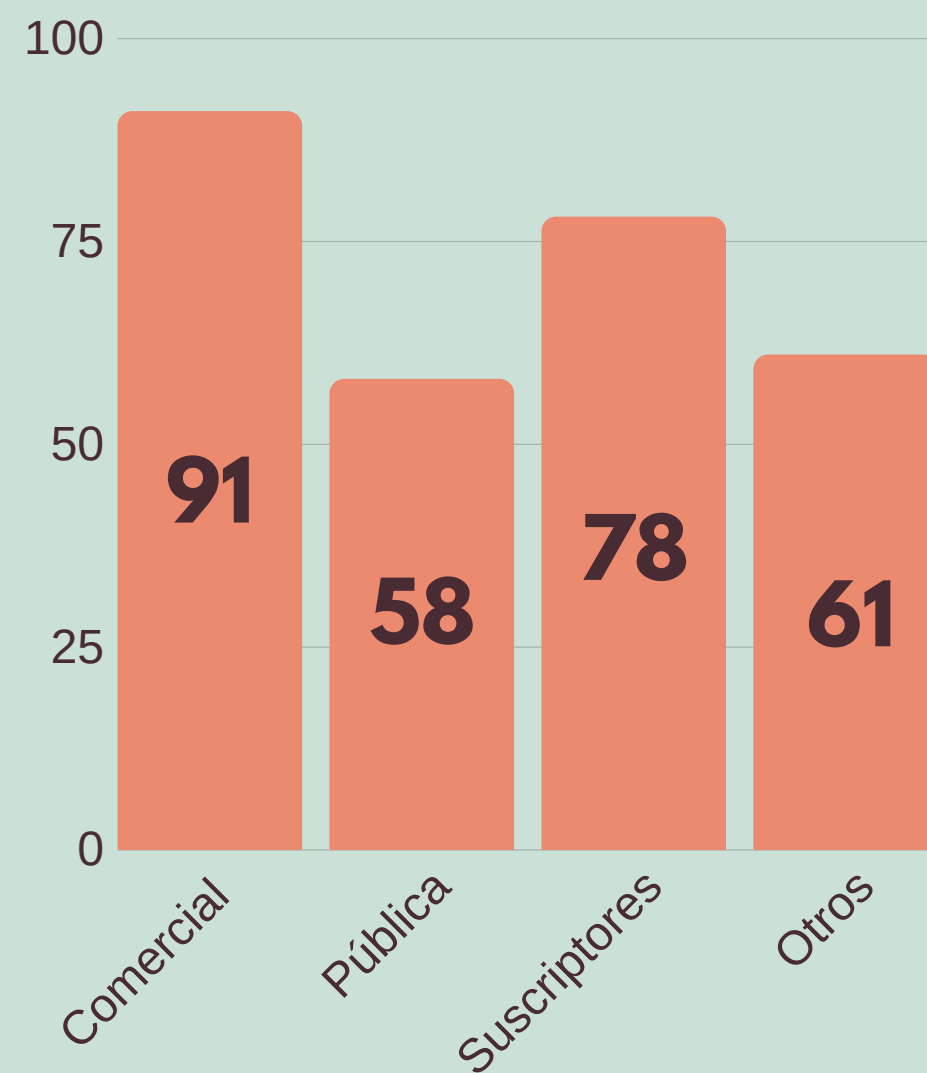


OTRO TIPO DE INGRESOS
(aportes de la
comunidad, eventos,
venta de otros
servicios)

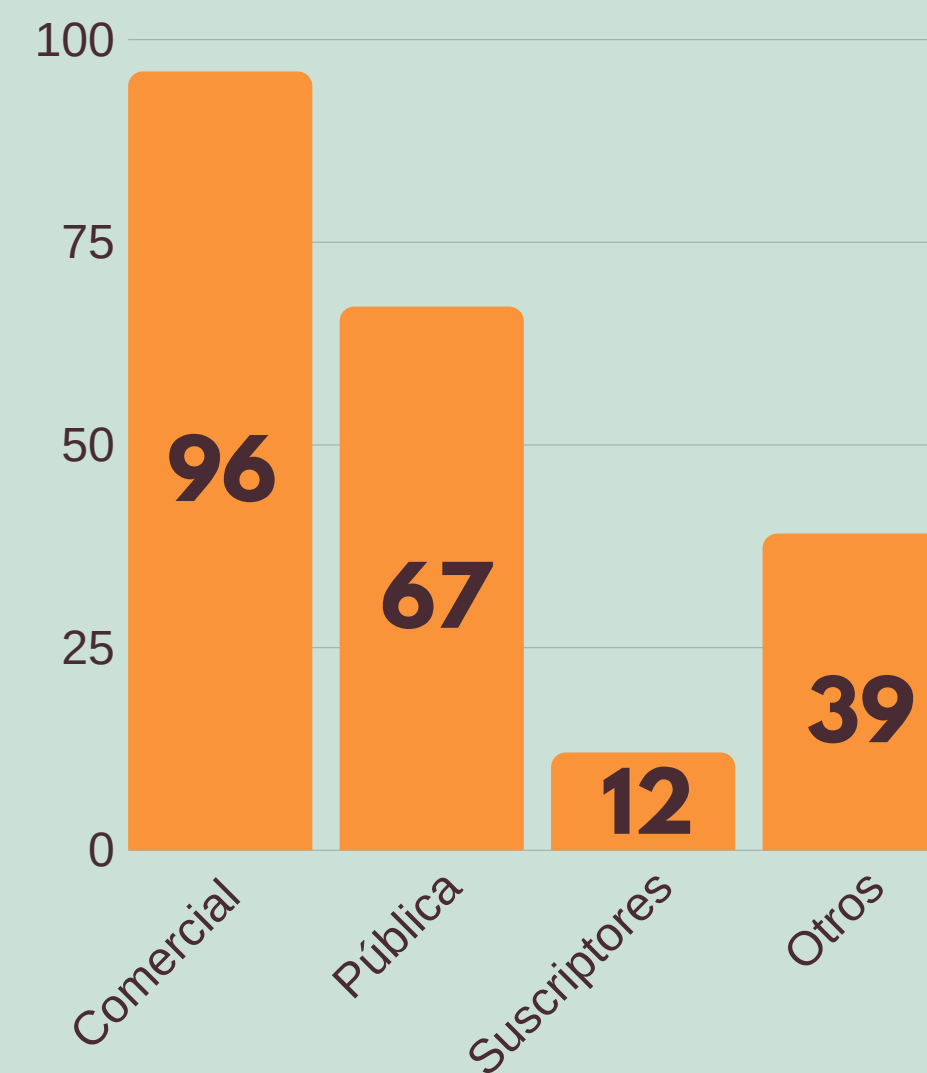


Tipos de INGRESOS DE TELEVISIÓN

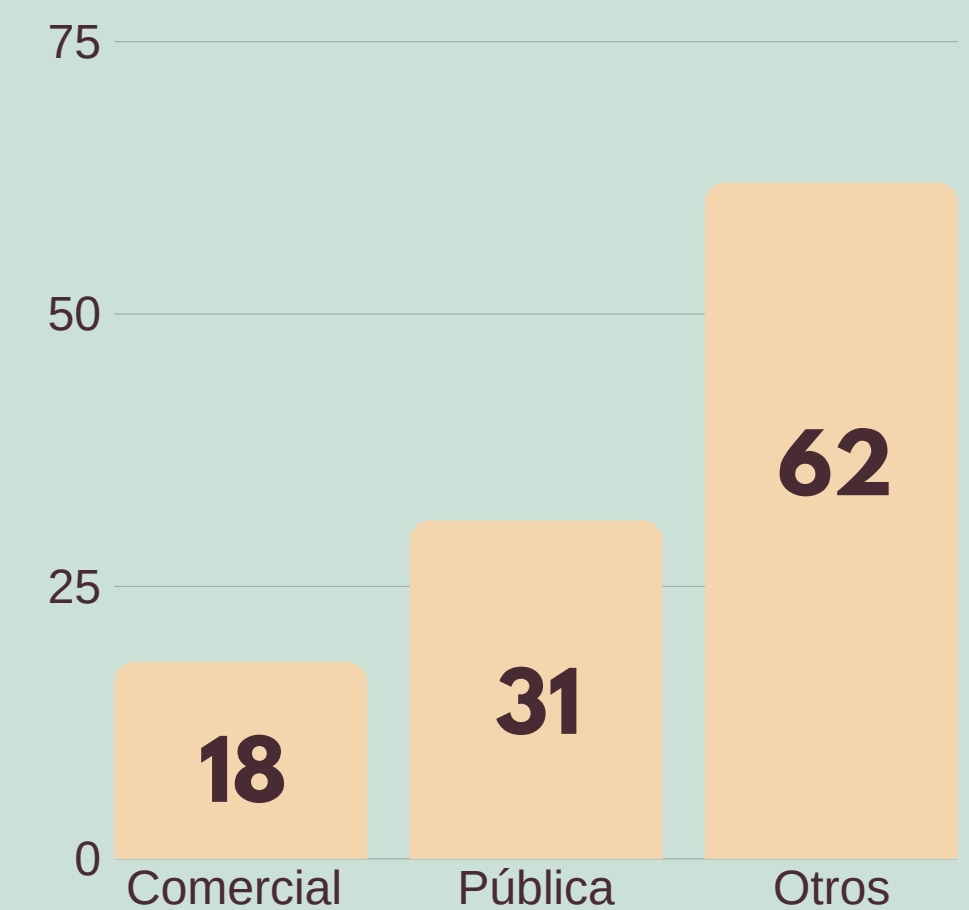
COMUNITARIOS



COMERCIALES

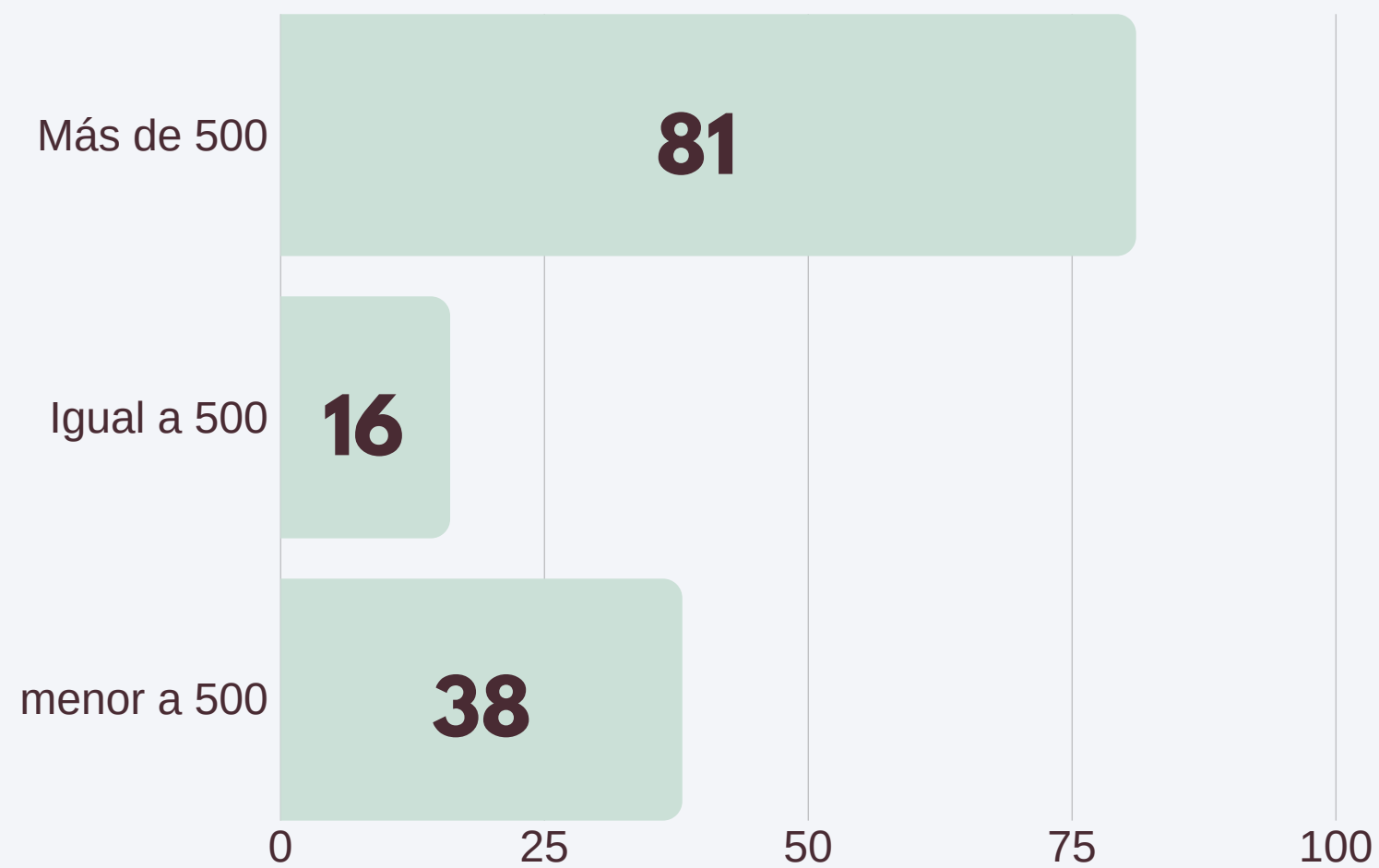


PÚBLICOS

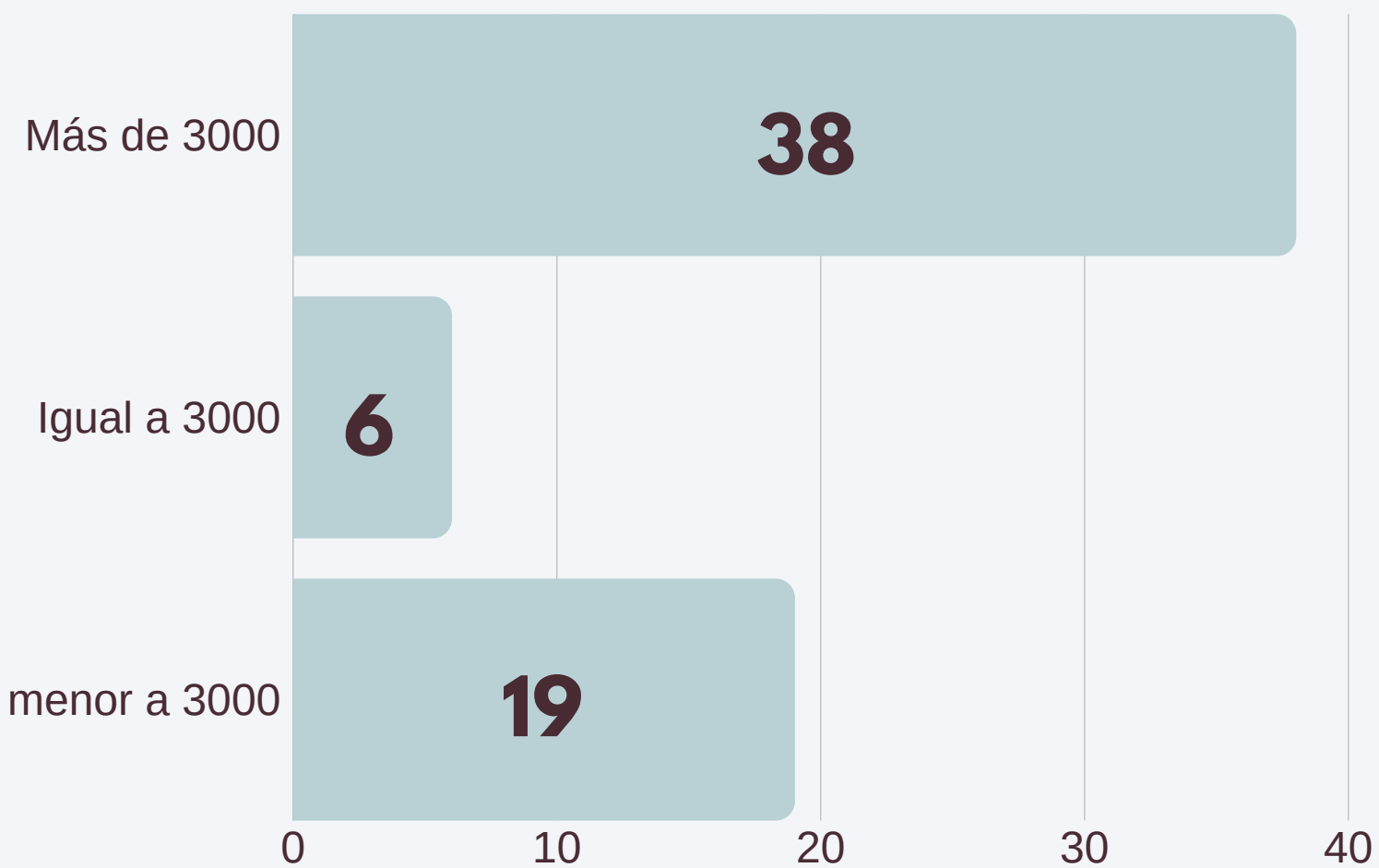


SUSCRIPTORES

CANALES COMUNITARIOS



CANALES COMERCIALES





132
CANALES DE TELEVISIÓN
mencionaron ser víctimas de censura

235 CANALES DE TELEVISIÓN
mencionaron tener problemas
con la infraestructura

- Cobertura y términos de licencia
- Inversión en equipos
- Cámaras de video para la producción
- Cobertura de Internet





IMPRESOS



335*
IMPRESOS

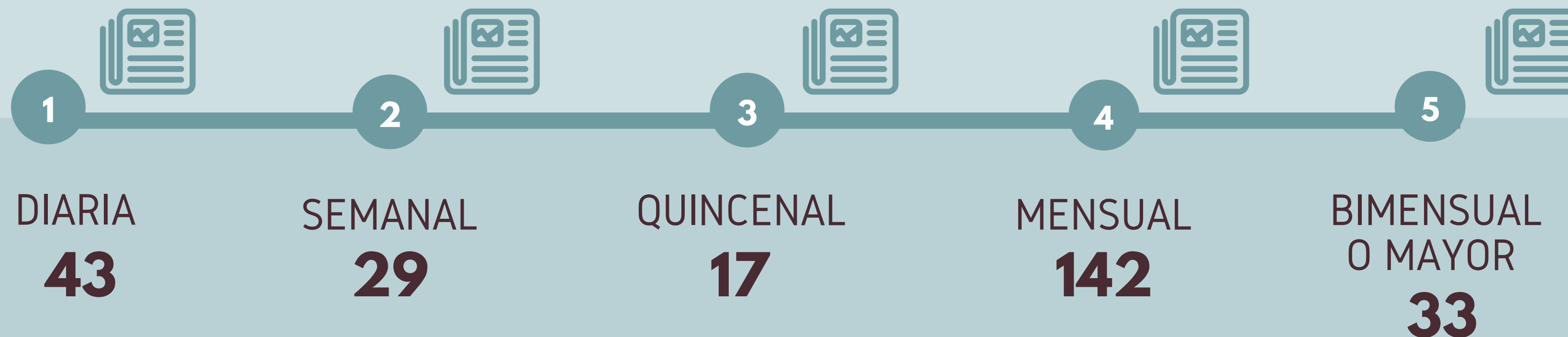
están circulando en Colombia

86% **DE LOS MUNICIPIOS**
del país no tienen ningún
tipo de medio impreso

42% **DE LOS MEDIOS IMPRESOS**
están concentrados en las
capitales de las ciudades del país

*Todos los impresos fueron registrados en la investigación como medios comerciales debido a que no hay diferenciación en su tipo de propiedad.

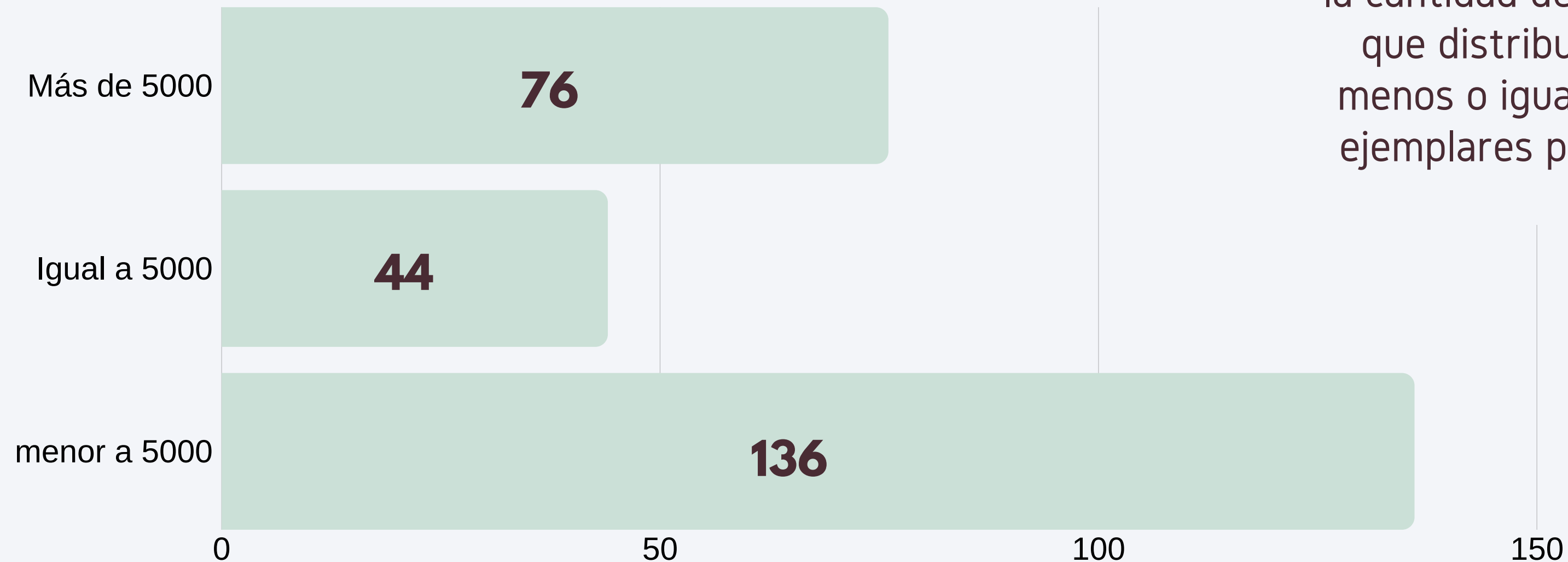
Distribución de **EJEMPLARES**



Solo el **12%**
DE LOS IMPRESOS son diarios

Cantidad de EJEMPLARES

En Cartografías de la información se registró la cantidad de impresos que distribuye más, menos o igual a 5.000 ejemplares por tiraje.



SOSTENIMIENTO

Respecto a los medios impresos se rastrearon cuatro tipos de ingresos:

VENTA DE PUBLICIDAD
a negocios
comerciales



VENTA DE PUBLICIDAD
a instituciones
oficiales

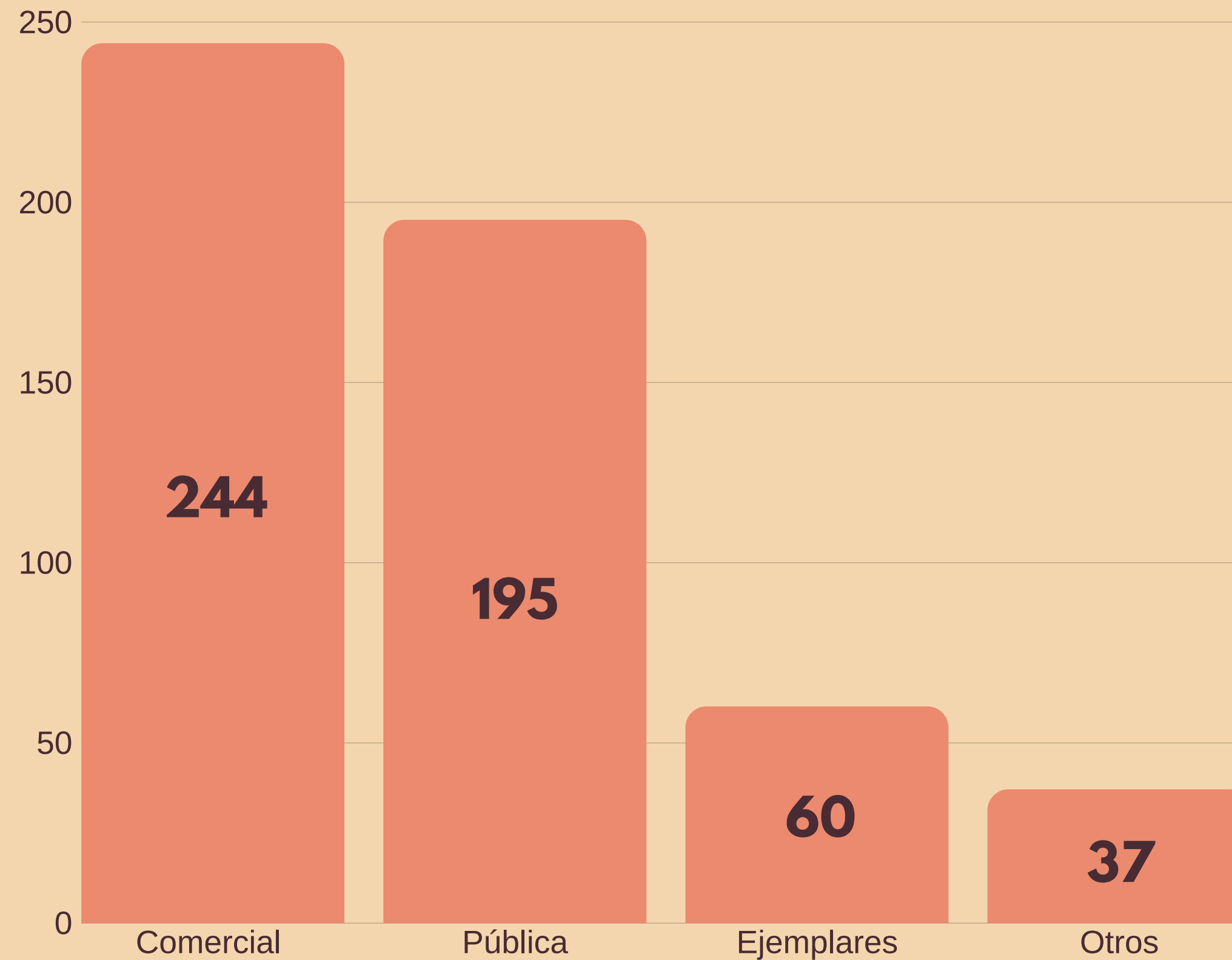


Venta de
EJEMPLARES



OTRO TIPO DE INGRESOS
(aportes de la
comunidad, eventos,
venta de otros
servicios)





Tipo de INGRESOS DE IMPRESOS

211 MEDIOS IMPRESOS

mencionaron tener problemas con la infraestructura

- Inversión en equipos
- Cámaras de vídeo para la producción
- Cobertura de Internet
- No hay imprenta



140 MEDIOS IMPRESOS

se sienten censurados para hablar sobre CIERTOS temas EN LOS MUNICIPIOS.

MEDIOS DIGITALES



227*

MEDIOS DIGITALES

funcionan en Colombia

92% **DE LOS MUNICIPIOS**
no tienen medios digitales

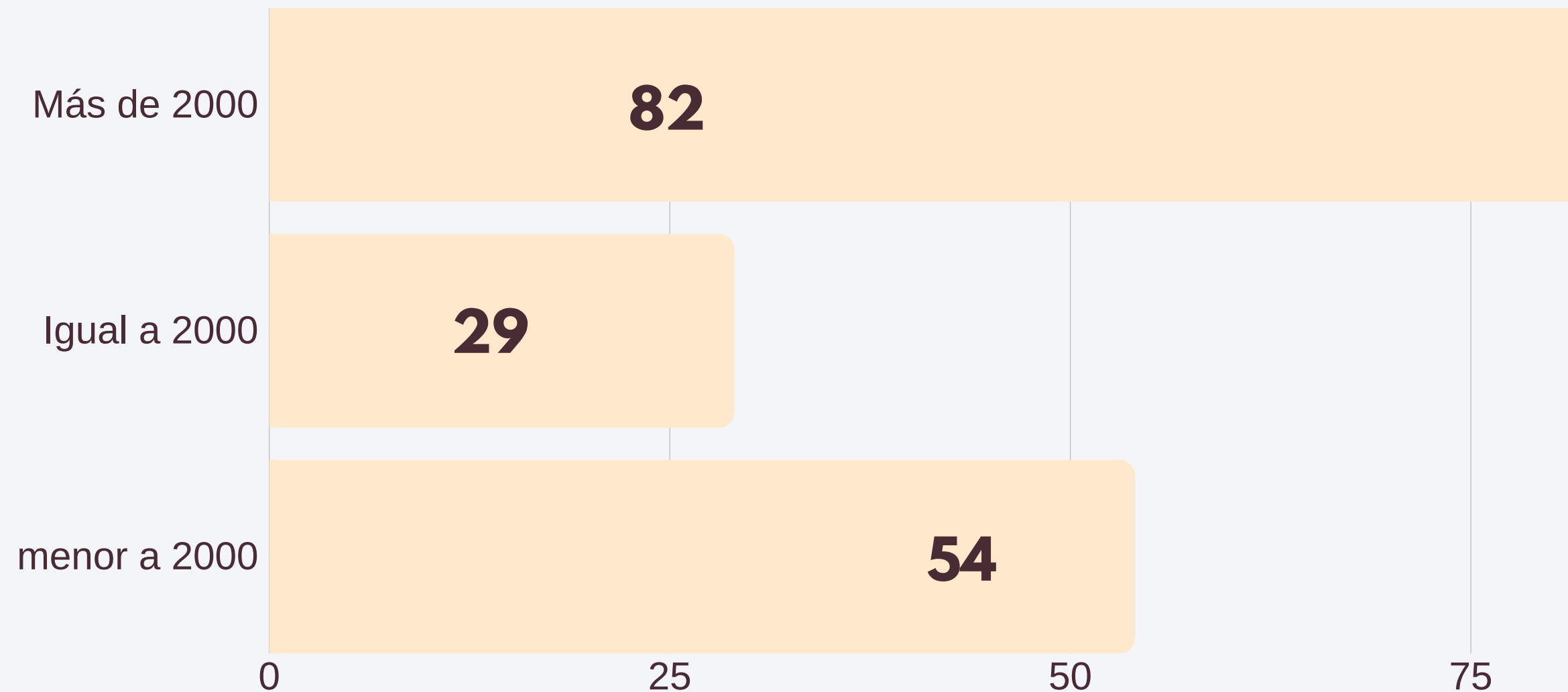
61% **DE LOS MEDIOS DIGITALES**
se concentran en las capitales
de los departamentos

40% **DE LOS MEDIOS DIGITALES**
surgieron en los últimos cinco años

*Solo se tuvieron en cuenta medios digitales con una página web.



Visitas DIARIAS

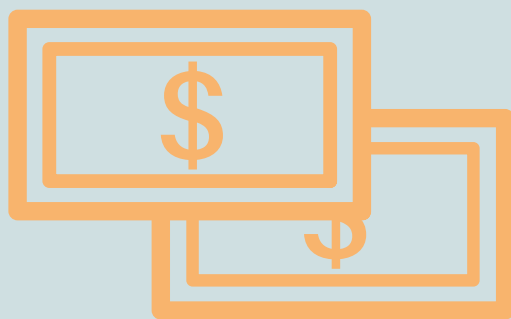


En Cartografías de la información se registró la cantidad de medios digitales que tiene más, menos o igual a 2.000 visitas diarias.

SOSTENIMIENTO

Respecto a los medios digitales se rastrearon tres tipos de ingresos:

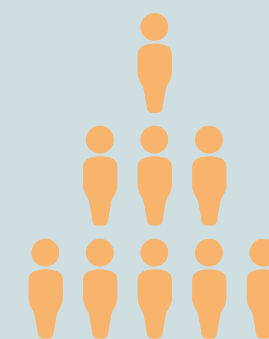
VENTA DE PUBLICIDAD
a negocios
comerciales

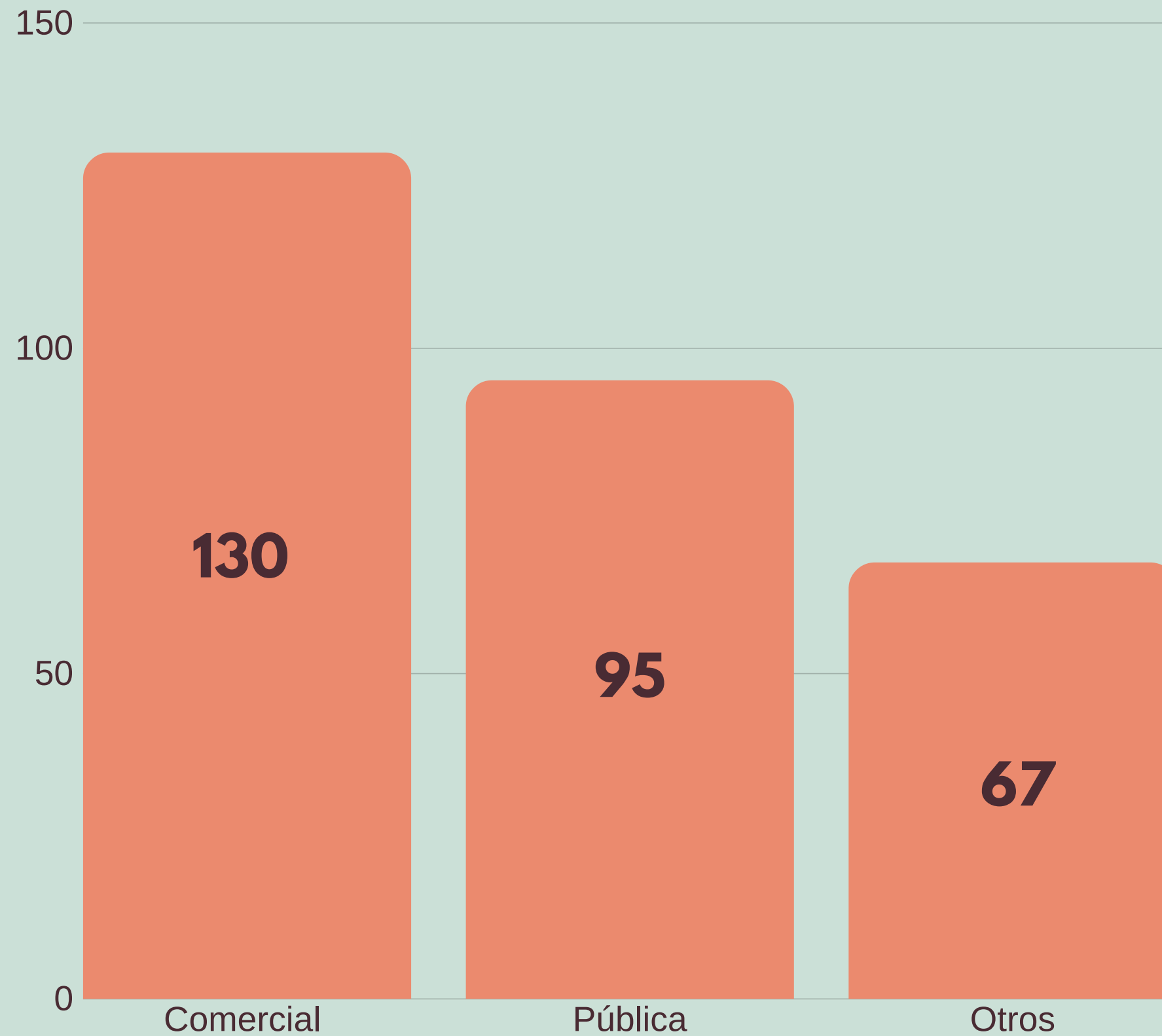


VENTA DE PUBLICIDAD
a instituciones
oficiales



OTRO TIPO DE INGRESOS
(aportes de la comunidad,
eventos, venta de otros
servicios)





Tipo de INGRESOS DE MEDIOS DIGITALES



Unicamente el
11,5%
DE LA POBLACIÓN
tiene conexión a internet

90 MEDIOS DIGITALES
aseguraron sentirse censurados para
hablar de algún tema en la región

112 MEDIOS DIGITALES
aseguraron tener alguna carencia
en cuanto a la infraestructura

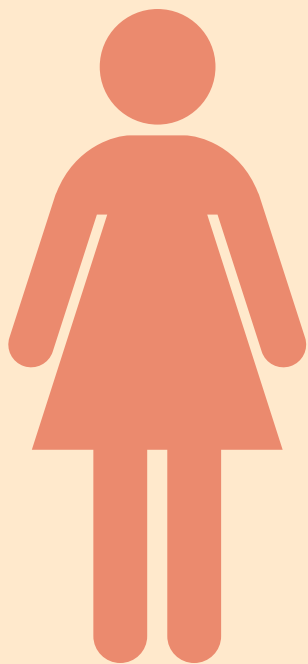
- Inversión en equipos
- Cámaras de vídeo para la producción
- Cobertura de Internet

SITUACIÓN DE GÉNERO EN LAS REGIONES

DESIGUALDAD

El promedio de mujeres periodistas que trabajan en medios de comunicación redondea entre el 20% y el 25%.

70%
DE LOS
PERIODISTAS
SON HOMBRES



30%
DE LOS
PERIODISTAS
SON MUJERES

Situación de **GÉNERO**

En el mundo del los medios de comunicación en Colombia, las cosas no son muy alentadoras en temas de igualdad de género.

Departamentos DESTACADOS

PUTUMAYO

11%

de los periodistas
son mujeres

GUAVIARE

17%

de los periodistas
son mujeres

BOYACÁ*

9%

de los periodistas
son mujeres

AMAZONAS

19%

de los periodistas
son mujeres

*Boyacá es el único departamento que no se encuentra en la región amazónica donde la desigualdad de género es la mayor del país



¿CÓMO ESTÁ LA PROFESIÓN?

SITUACIÓN LABORAL

Más de 60% de los medios no vinculan a sus periodistas laboralmente o funcionan bajo la modalidad de cupos publicitarios, esto implica que son los periodistas quienes deben vender publicidad para su sostenimiento, vulnerado así su independencia periodística

SITUACIÓN por regiones

ANDINA

50%
sin vinculación
laboral o a
partir de cupos

CARIBE

73%
sin vinculación
laboral o a
partir de cupos

76%
sin vinculación
laboral o a
partir de cupos

PACÍFICO

77%
sin vinculación
laboral o a
partir de cupos

AMAZÓNICA

78%
sin vinculación
laboral o a
partir de cupos

ORINOQUÍA

Situación LABORAL en los medios

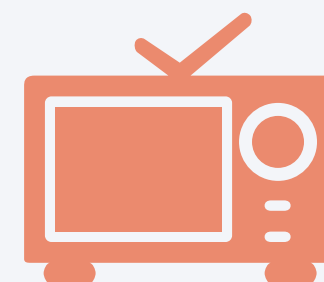


RADIO

De las 1237 radio en el país, más de 540 medios confirmaron que no vinculan laboralmente a sus periodistas

28% SIN VINCULACIÓN LABORAL

16% MENOS DE UN SALARIO MÍNIMO



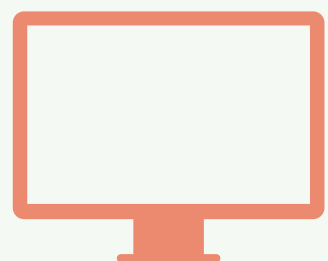
TELEVISIÓN

En el caso de la televisión, no hay un mejor panorama. 130 de los medios encuestados no vinculan a sus periodistas

34% SIN VINCULACIÓN LABORAL

21% MENOS DE UN SALARIO MÍNIMO

Situación **LABORAL** en los medios



MEDIOS DIGITALES

Los medios digitales son el segundo tipo de medio que peores condiciones laborales tiene con sus periodistas

39% SIN VINCULACIÓN LABORAL

22% MENOS DE UN SALARIO MÍNIMO



MEDIOS IMPRESOS

Los medios impresos son los que se quedan con las peores condiciones laborales para los periodistas

40% SIN VINCULACIÓN LABORAL

18% MENOS DE UN SALARIO MÍNIMO

PRESENTACIÓN RESULTADOS

Cartografías DE LA INFORMACIÓN

UNA INVESTIGACIÓN DE

Fundación para la Libertad de Prensa - FLIP, 2015-2019

DIRECCIÓN INVESTIGACIÓN

Jonathan Bock y Pedro Vaca Villarreal

INVESTIGADORES CENTRO DE ESTUDIOS

Ana María Ruiz, Carolina Quintero, Darly Díaz, Juana Ávila, Julián Mora,
María Camila Moreno y Valeria Saray.

ASISTENTES DE INVESTIGACIÓN

Laura Riaño, Stefany Molina y Natalia Cortés.

FOTOGRAFÍA

Proyecto Cartografías de la Información bajo la dirección de Gabriel Linares

DISEÑO GRÁFICO

Laura Camila Merchán

Con el apoyo de