



Caracterización y Georreferenciación de Medios Comunitarios y Alternativos en Bogotá

Convenio 396

UNIVERSIDAD
EAFIT[®]


ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C. | **BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**
PARTICIPACIÓN BOGOTÁ

Caracterización

¿Cómo se adelantó el proceso?



Repensar el ejercicio de la comunicación comunitaria

Por qué

¿ Por qué debe crearse/existir el medio comunitario / alternativo ?

Para qué

¿ Cuáles son los objetivos del medio comunitario / alternativo ?

Para quién

¿ A qué necesidades comunicacionales, tipo de población, problemáticas sociales, etc., responde el medio comunitario / alternativo ?



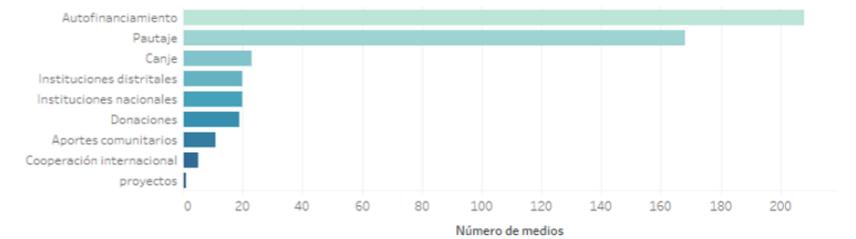
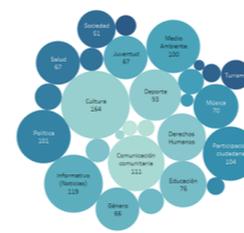
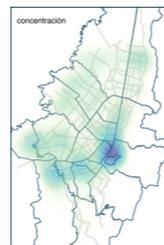
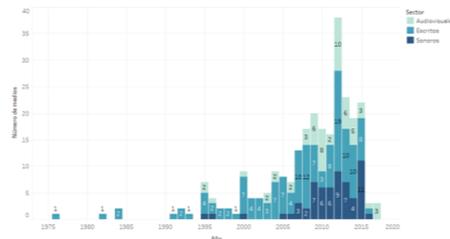
Necesidades del sector

Muestreo de términos más mencionados en la aplicación del instrumento de encuesta a los representantes del sector.

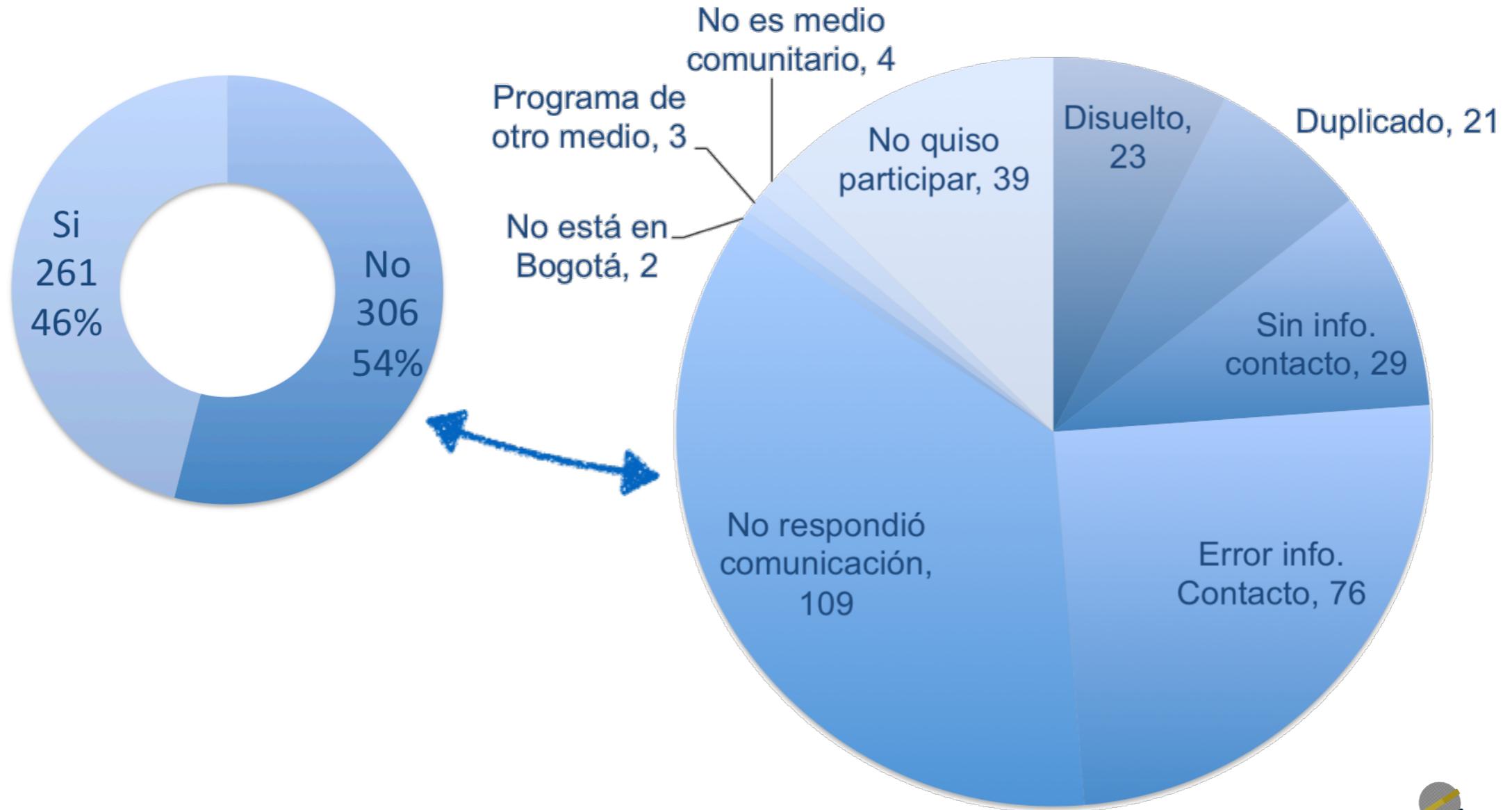


Caracterización

Visión del sector: resultados de encuesta



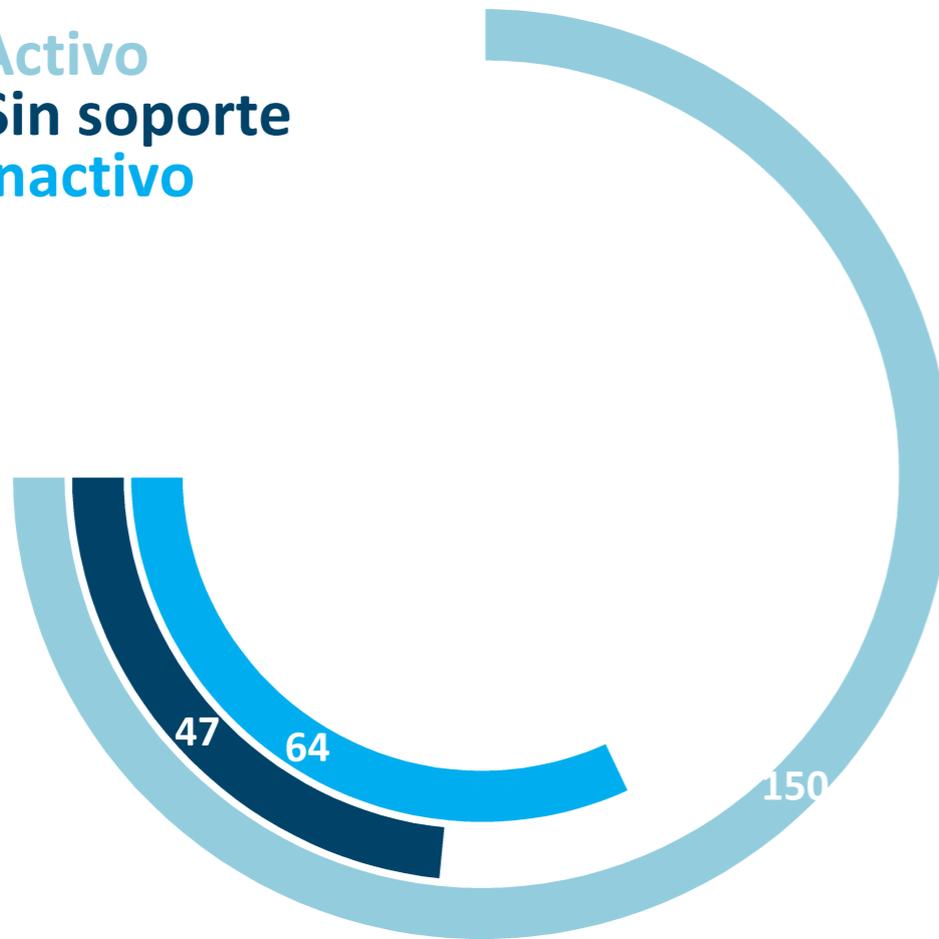
Participación en la caracterización



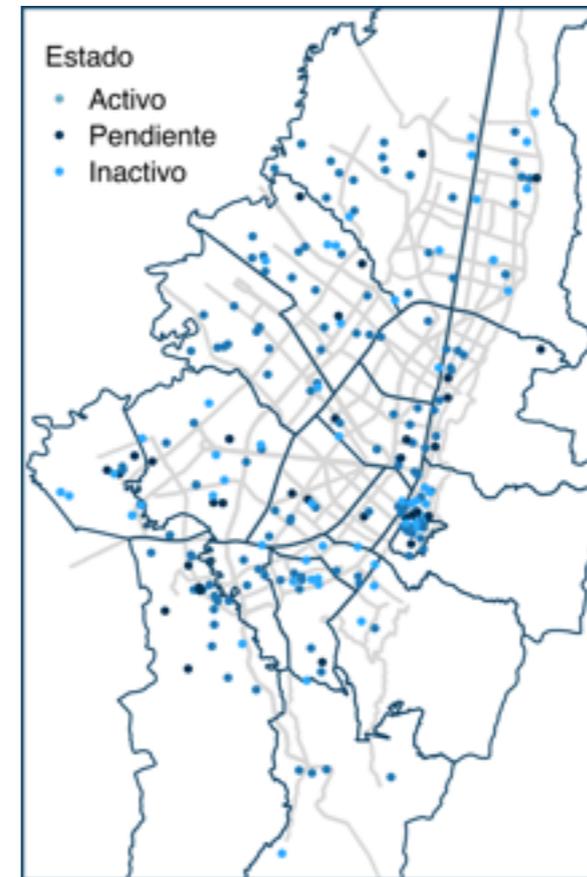
Estado

* Medios participantes en el estudio

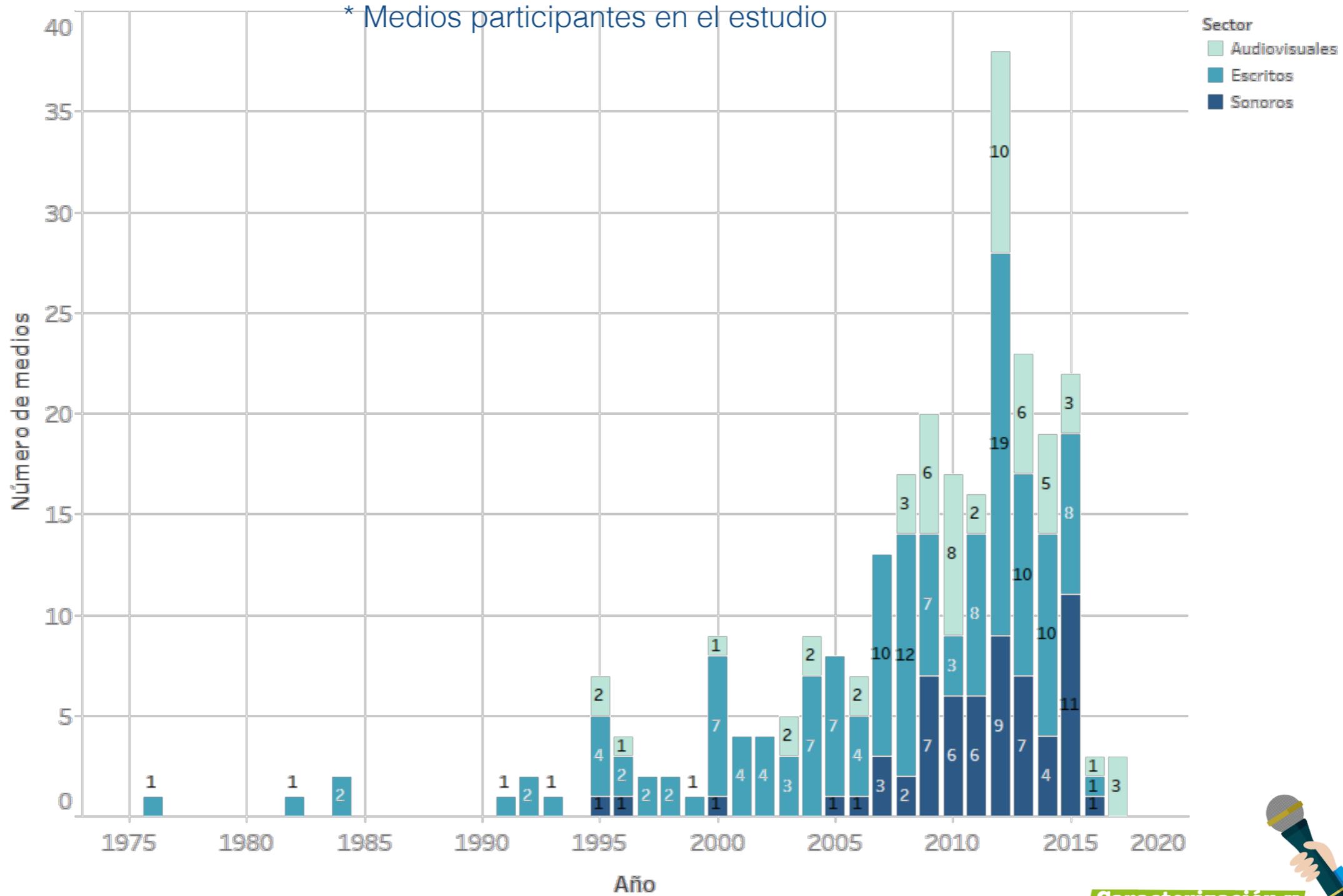
Activo
Sin soporte
Inactivo



n = 261

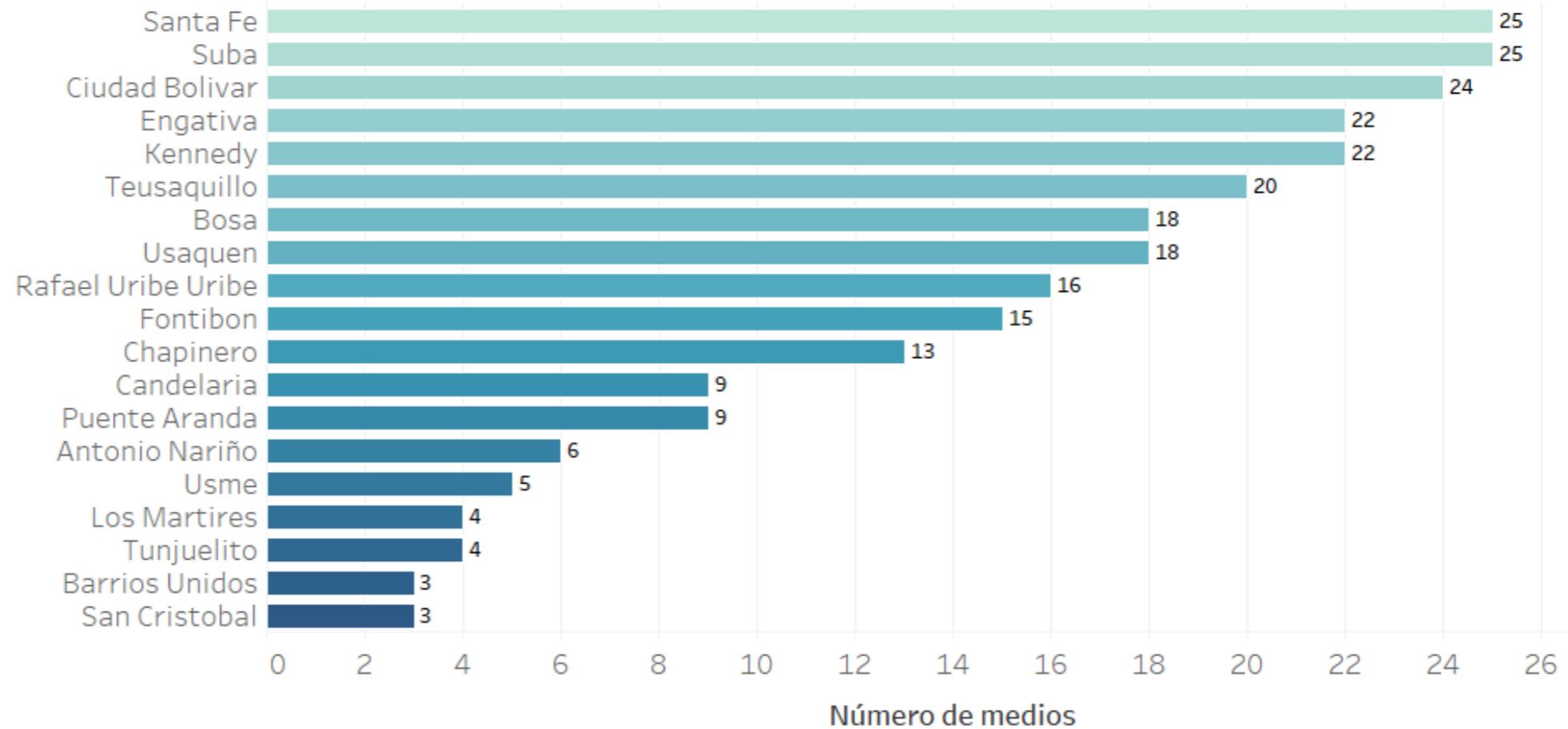
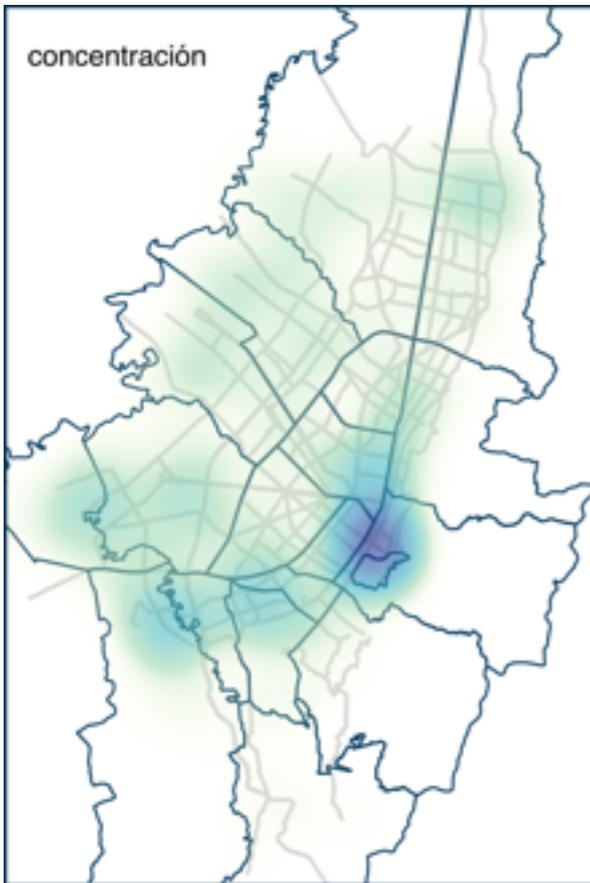


Línea de tiempo - Sector



Presencia en localidades

* Medios participantes en el estudio

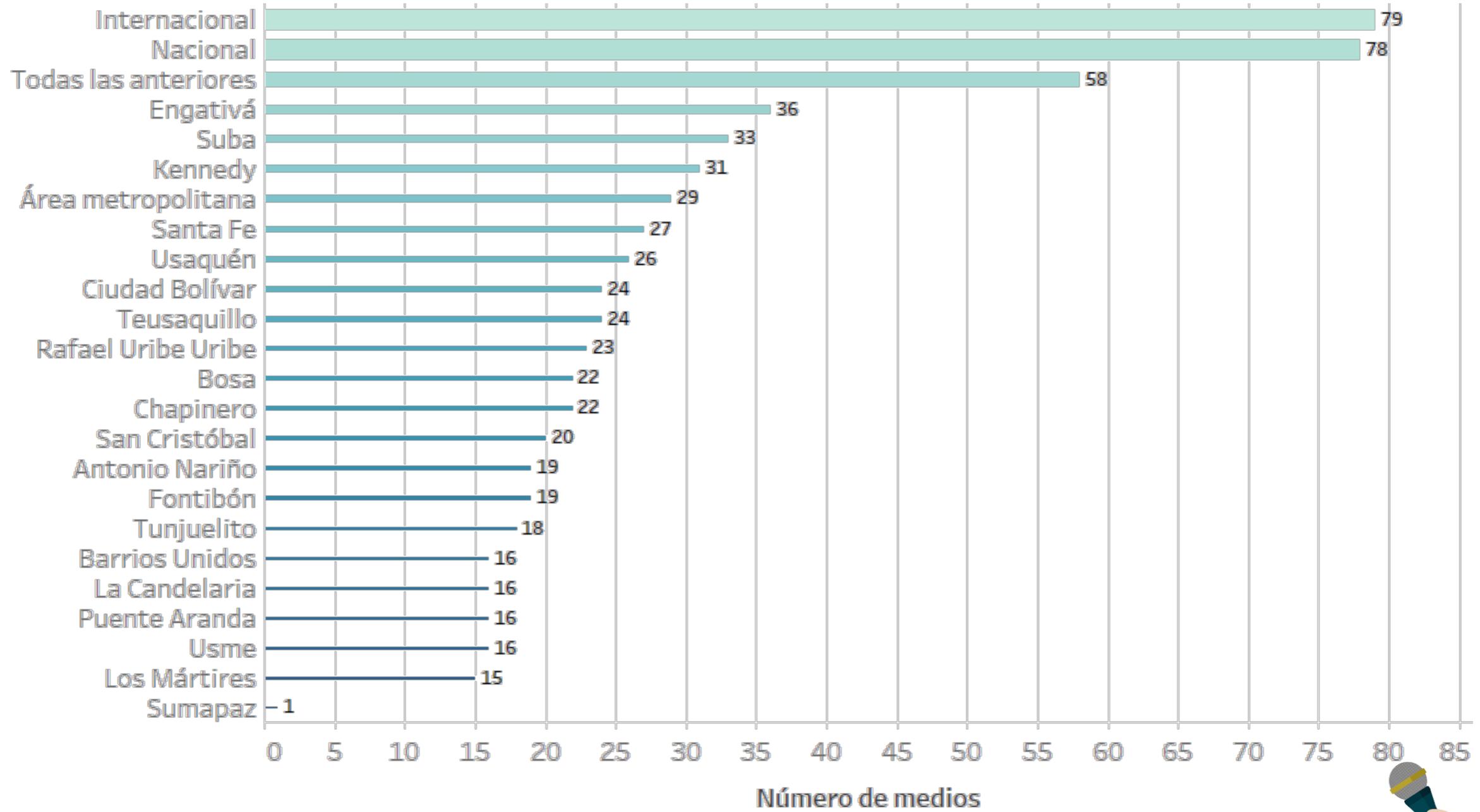


n = 261; No participaron del estudio medios de la localidad de Sumapaz



Cobertura

* Medios participantes en el estudio

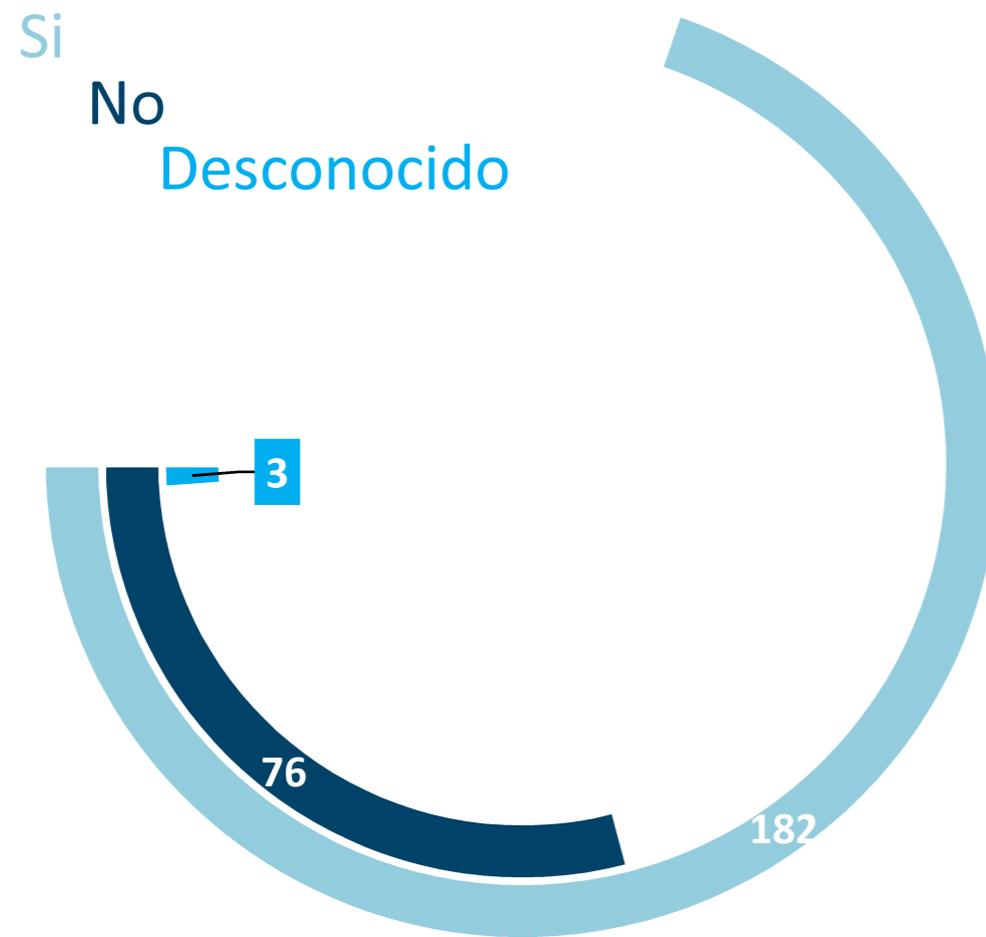


n = 261

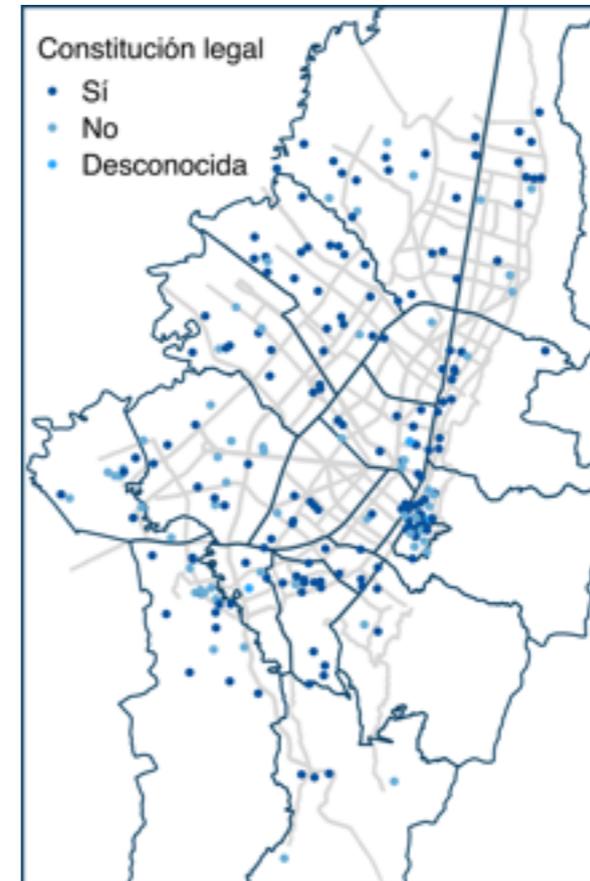


Constitución legal

* Medios participantes en el estudio

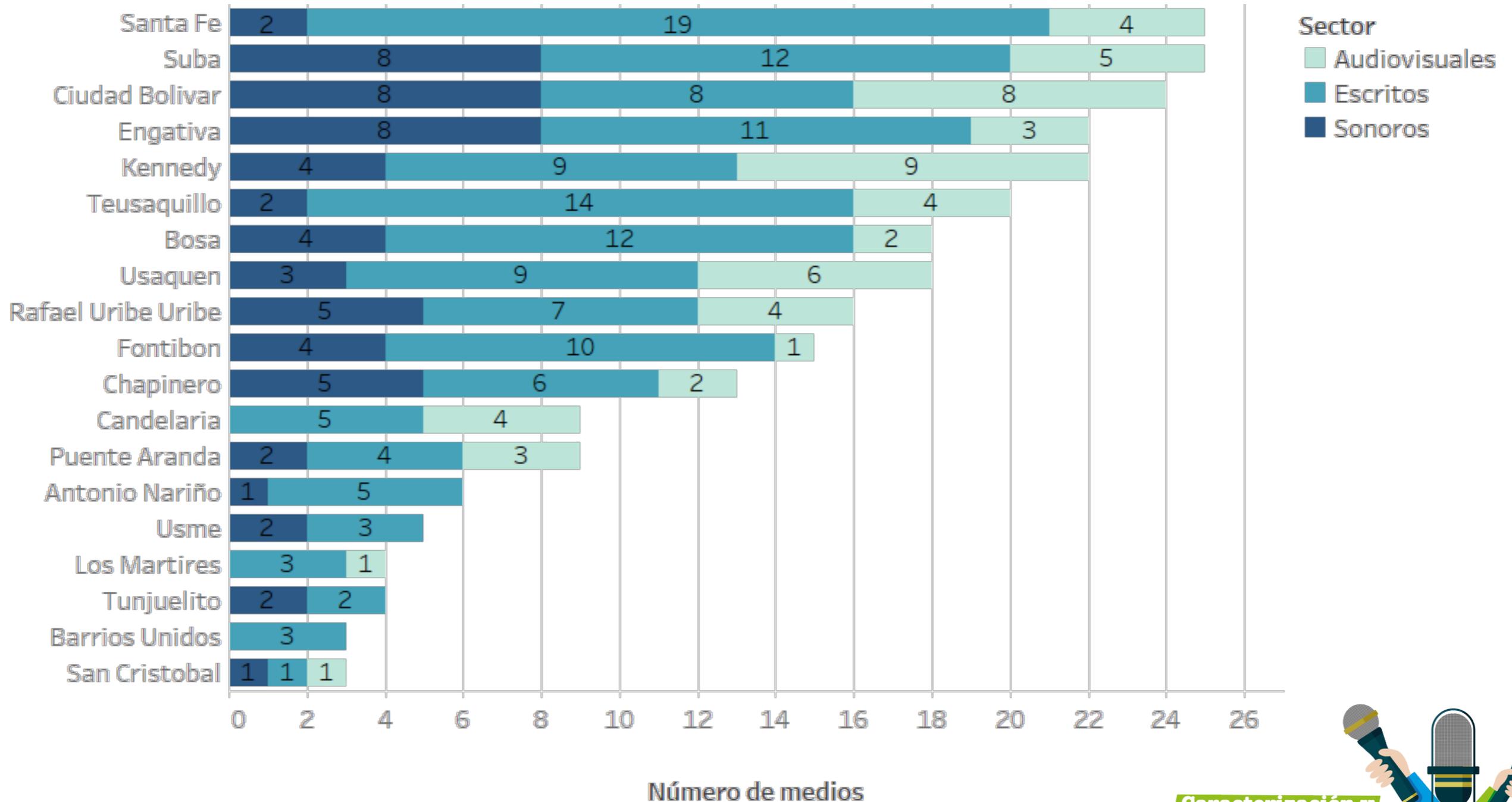


n = 261



Tipo de medio por localidad

* Medios participantes en el estudio

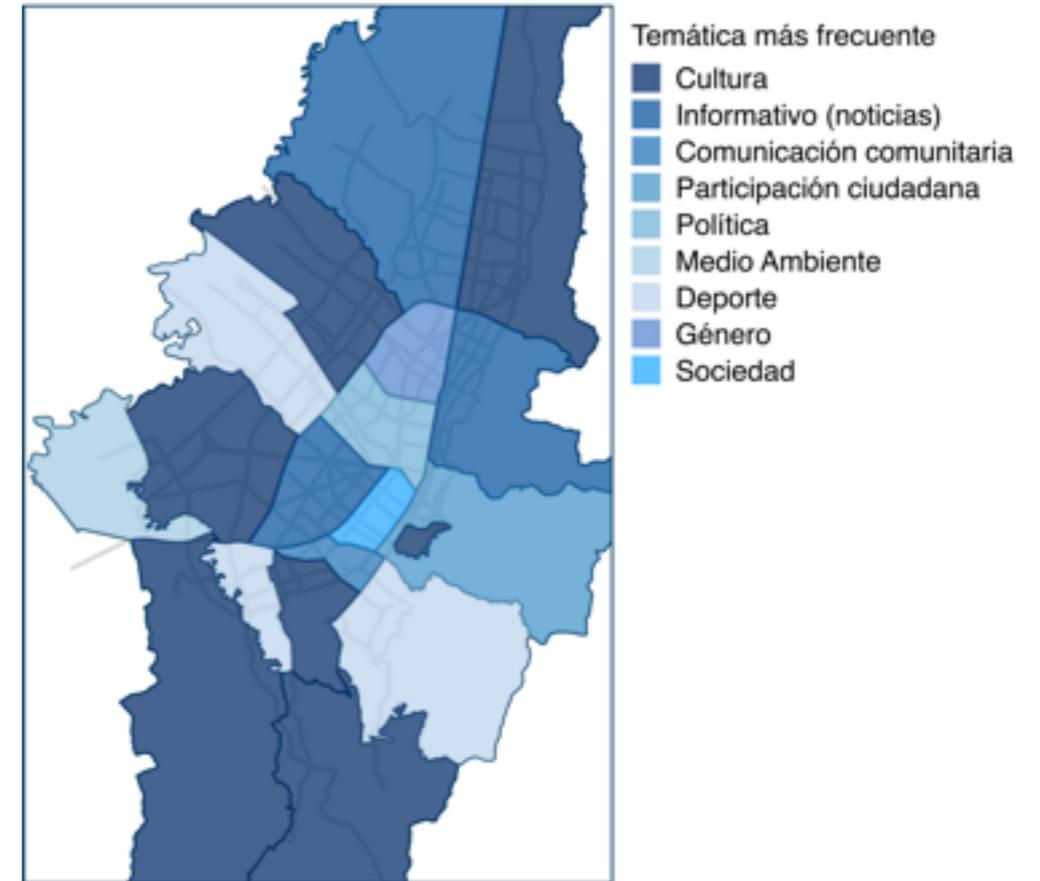
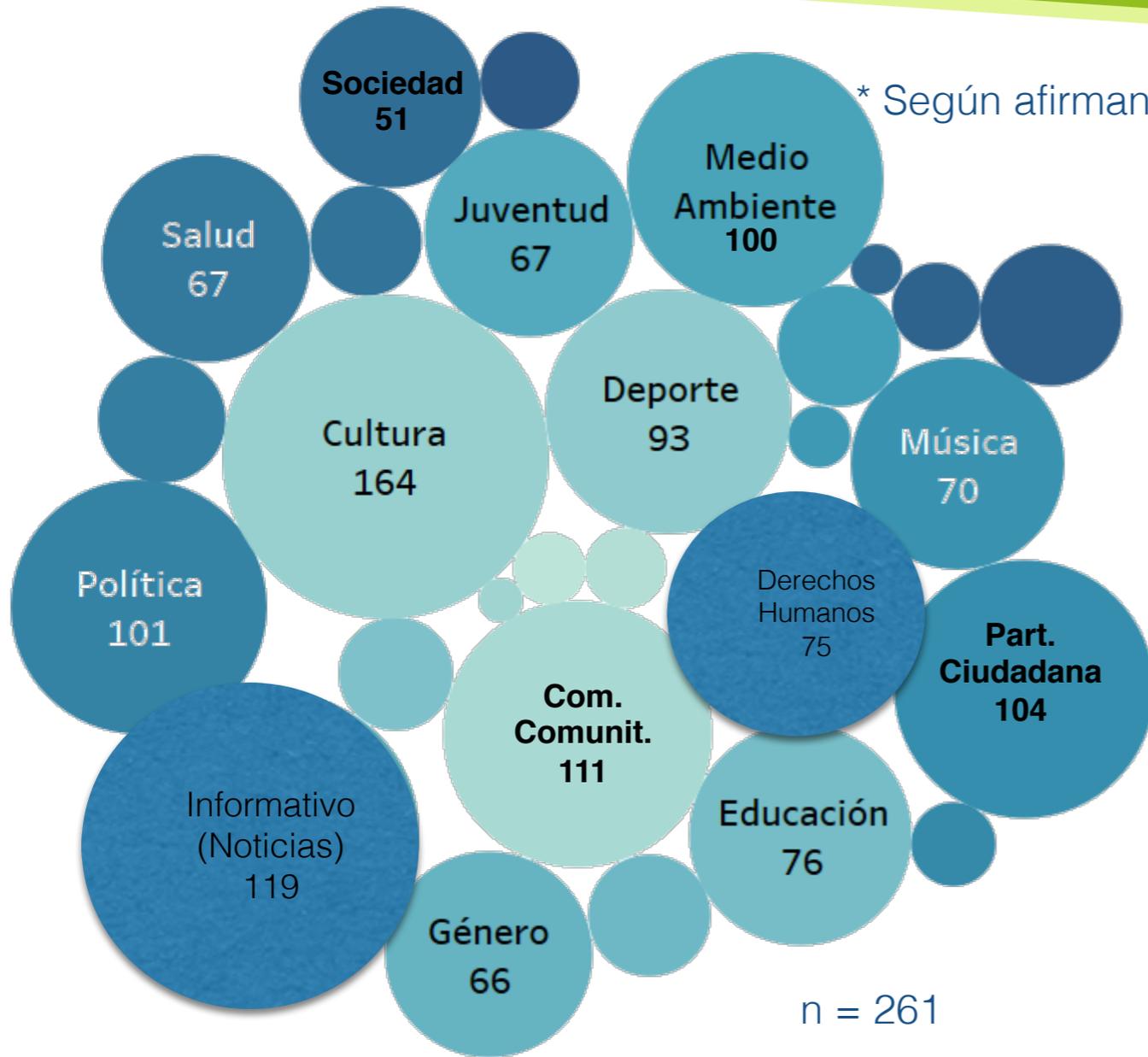


n = 261; no se encontraron medios en la localidad de Sumapaz



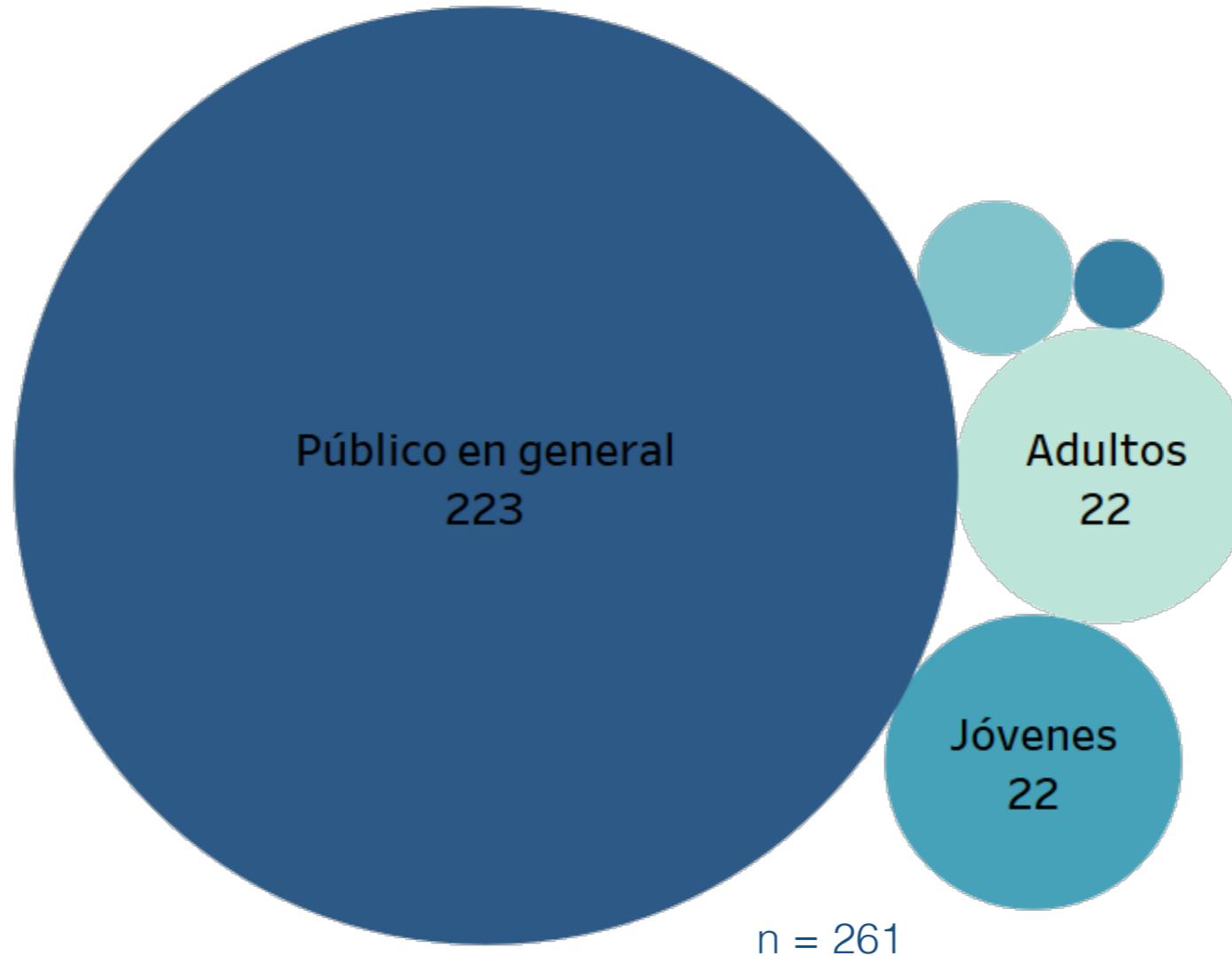
Temáticas

* Según afirman representantes de los medios participantes en el estudio



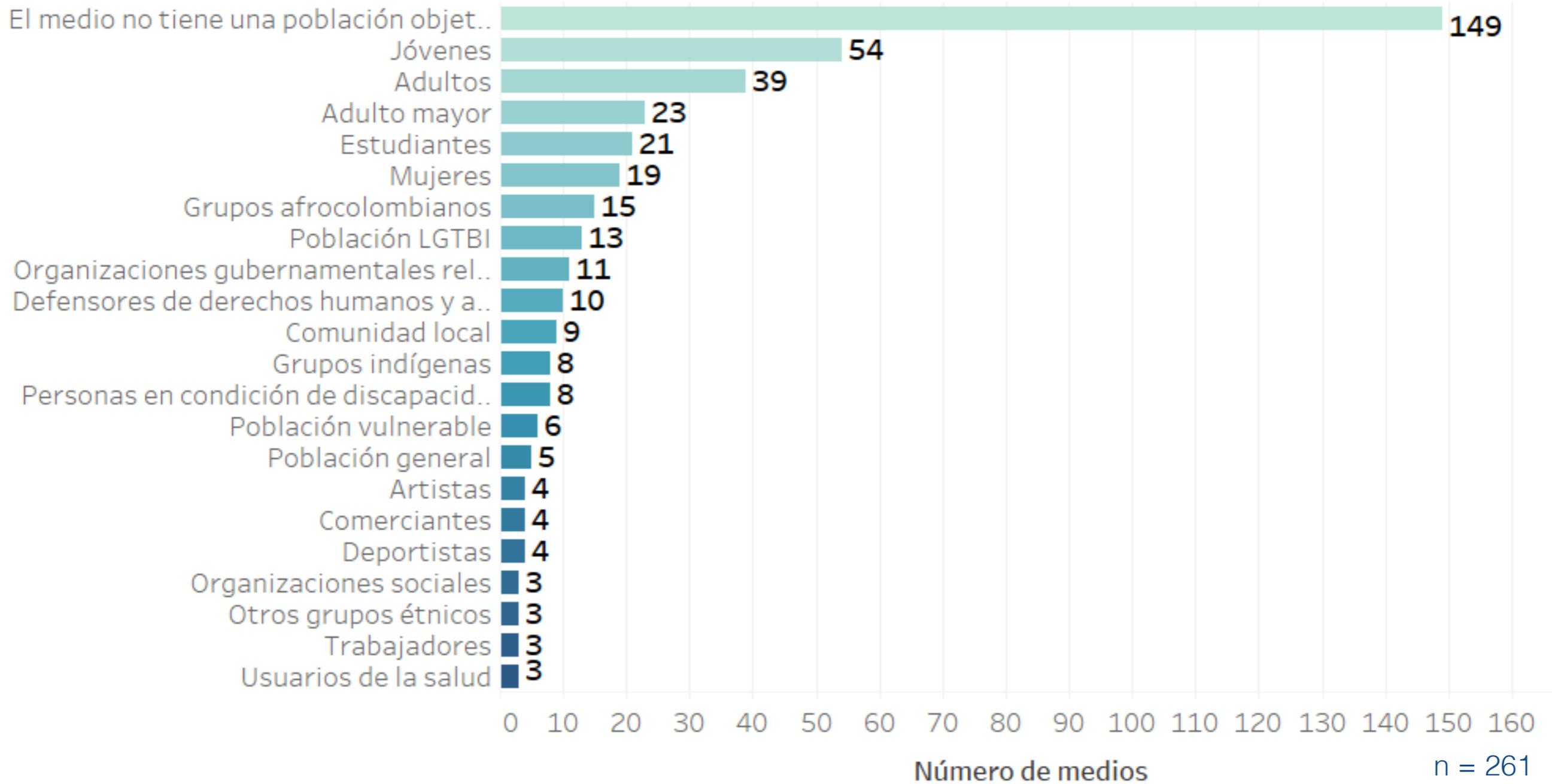
Población objetivo: Grupos de edad

* Según afirman los representantes de los medios participantes en el estudio



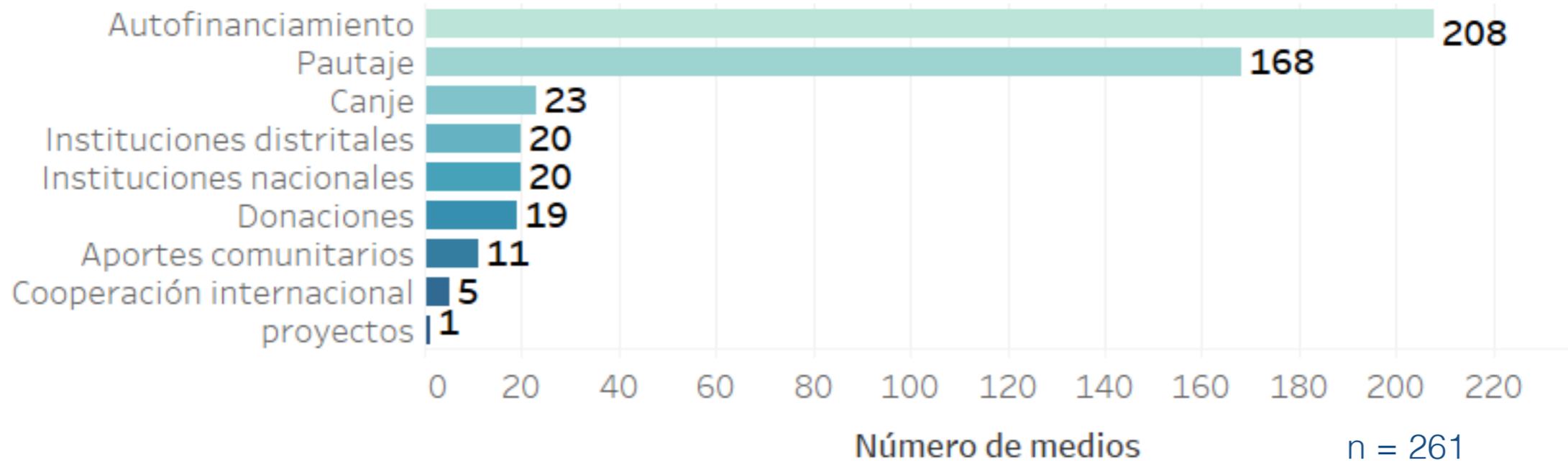
Población objetivo: grupos sociales

* Según afirman los representantes de los medios participantes en el estudio



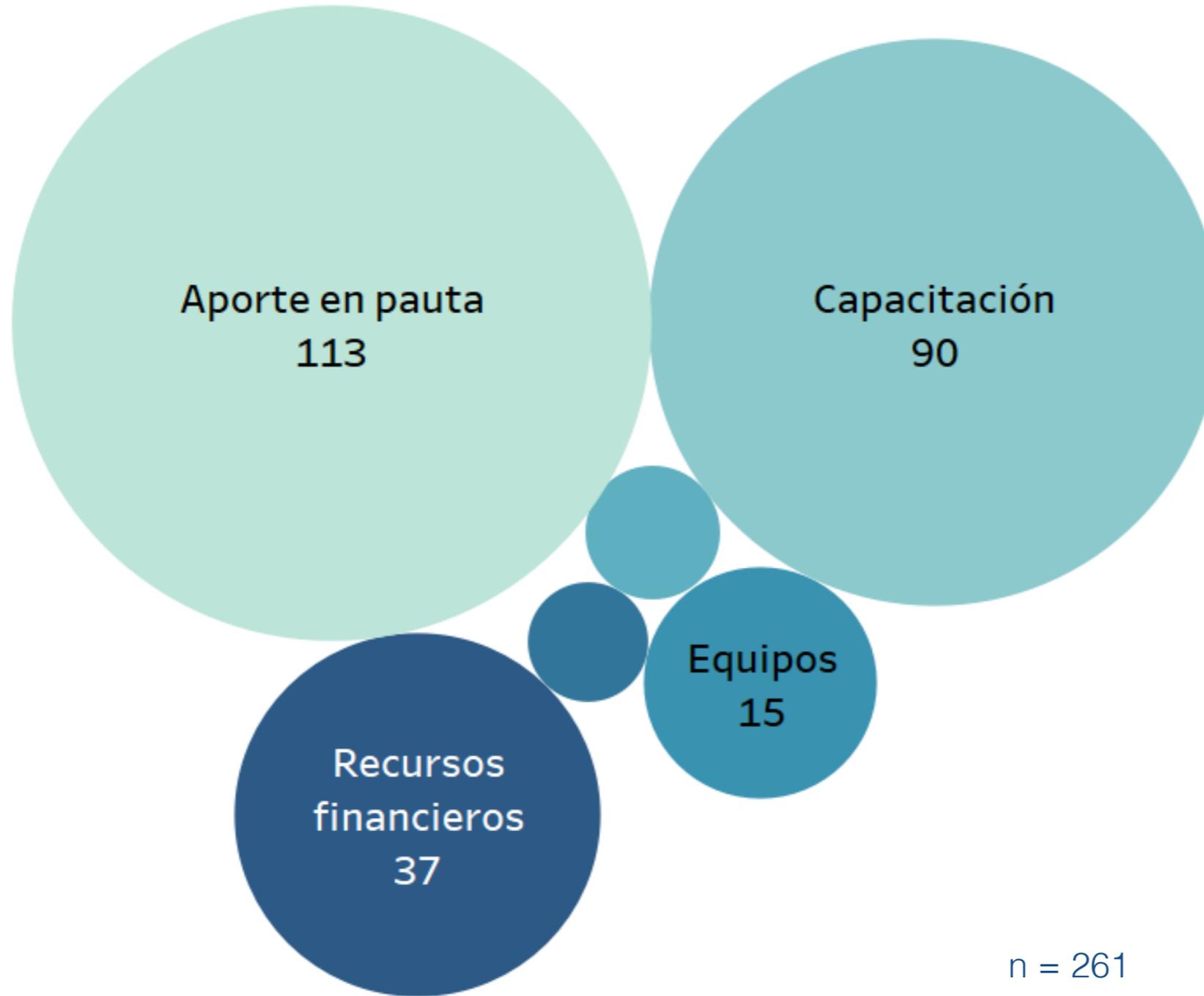
Financiamiento

* Según afirman los representantes de los medios participantes en el estudio



Apoyo del Estado

* Recibido alguna vez en la historia del medio, según afirman los representantes de los medios participantes en el estudio



n = 261



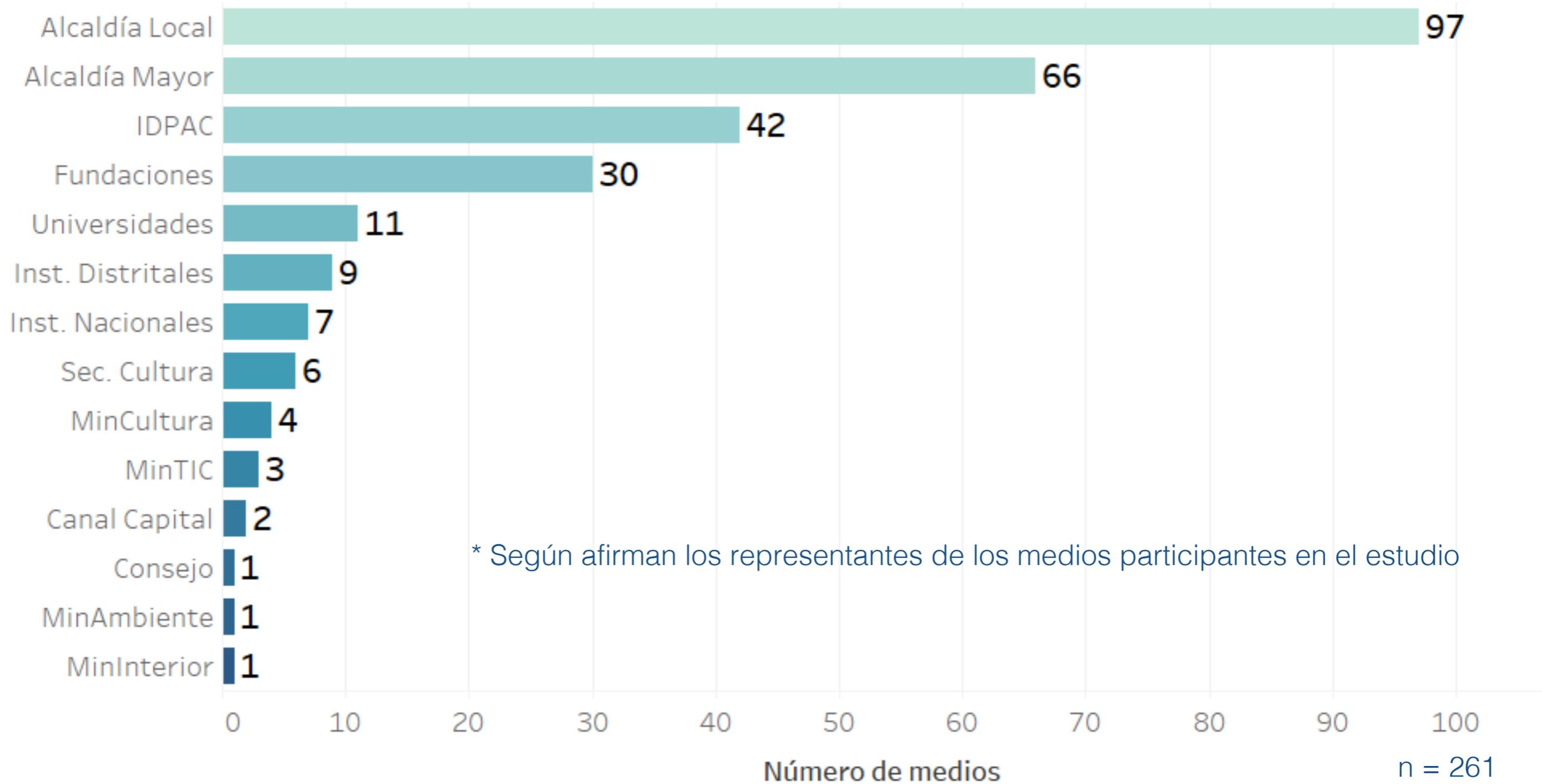
Temáticas de formación recibida por el Estado

* Según afirman los representantes de los medios participantes en el estudio

Muestreo de términos más mencionados en la aplicación del instrumento de encuesta a los representantes del sector.

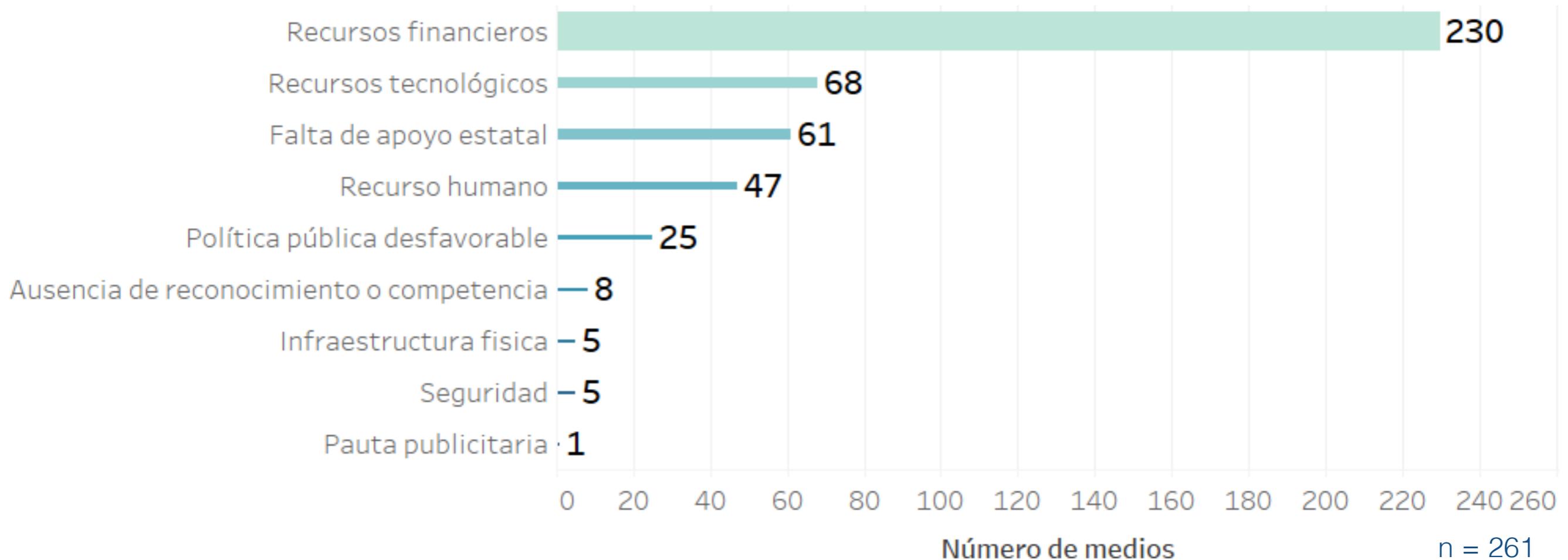


Entidades de las cuales se ha recibido apoyo



Aspectos a mejorar

* Según afirman los representantes de los medios participantes en el estudio



Propuestas de fortalecimiento

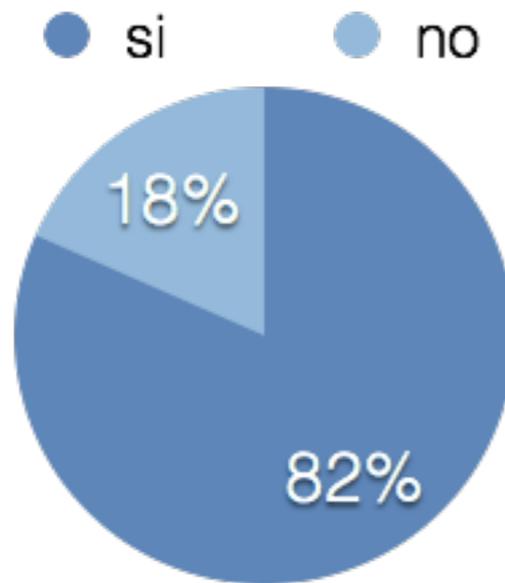
* Según afirman los representantes de los medios participantes en el estudio

Muestreo de términos más mencionados en la aplicación del instrumento de encuesta a los representantes del sector.



Participación de la comunidad

* Según afirman los representantes de los medios participantes en el estudio

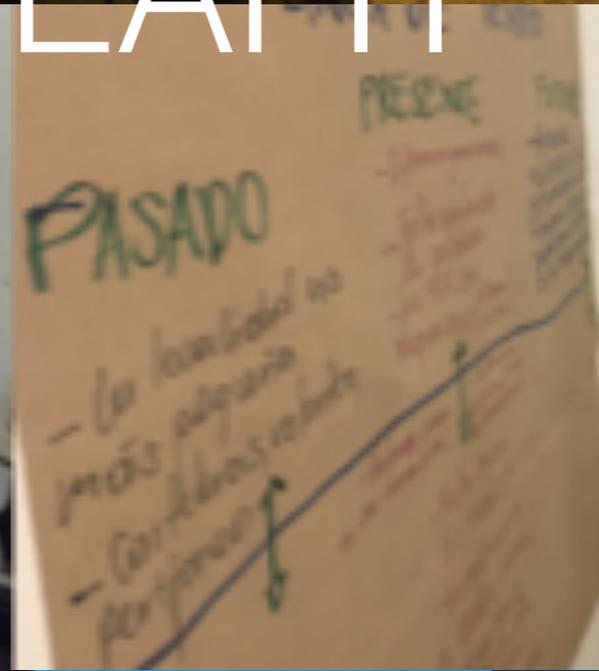


n = 261



Caracterización

Recomendaciones para el fortalecimiento del sector por parte de la Universidad EAFIT



Recomendaciones para fortalecimiento del sector

Emprendimiento

Gestión

Sostenibilidad

Finanzas

Oferta
productos

Recomendaciones para fortalecimiento del sector

Mercadeo

Identificar
público
intereses

Contenidos

**Comunidad
local**

Innovación

Otros
grupos
focales

Estrategias
publicidad

Recomendaciones para fortalecimiento del sector

Producción

Mejora de
contenidos

Alcaldía
Local

**Comunidad
local**

Contenidos
específicos

Caracterización y
Georreferenciación de
**Medios Comunitarios
y Alternativos en Bogotá**



Recomendaciones para fortalecimiento del sector

Buenas prácticas

Ejemplos a seguir

Redes de medios

Sistematizar

Reproducir prácticas

Oportunidades para el sector

1

Competitividad tercer sector:
Vinculada a generación de patrimonio social, de redes de cooperación, para potenciar habilidades internas.

2

Articulación entre medios:
Generación de alianzas, potenciar fortalezas, subsanar debilidades e identificar nuevas oportunidades.

3

Mecanismos de seguimiento:
Fortalecimiento del sector, identificar buenas prácticas y cómo repetirlas. Ej.: módulo de preguntas en la encuesta “Bogotá Cómo Vamos”.



Caracterización y Georreferenciación de Medios Comunitarios y Alternativos en Bogotá

Convenio 396

UNIVERSIDAD EAFIT

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS PARTICIPACIÓN BOGOTÁ

GRACIAS