



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?



Definición de comunicación comunitaria

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



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 ?



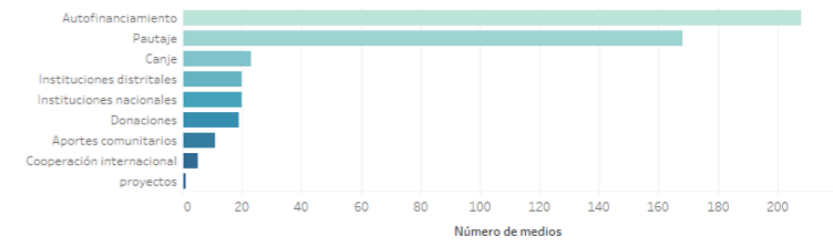
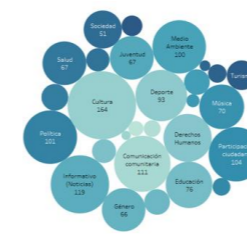
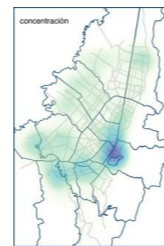
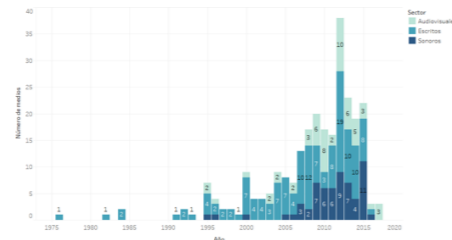
Necesidades del sector

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



Caracterización

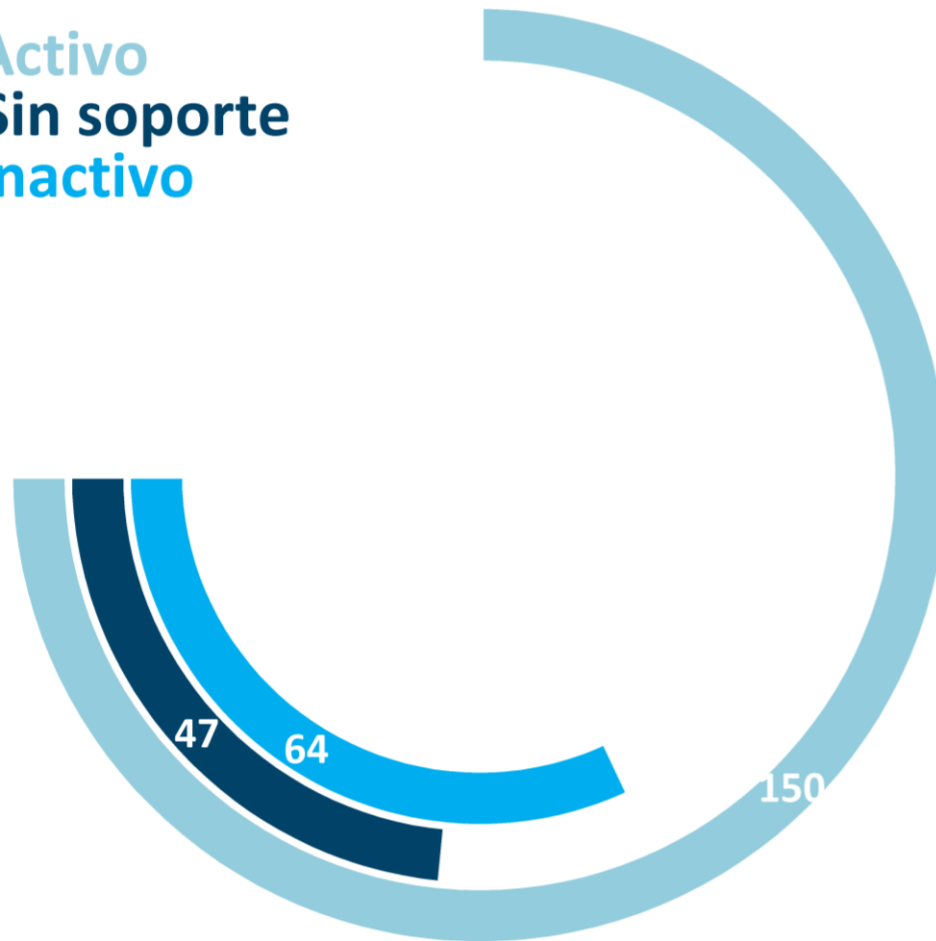
Visión del sector: resultados de encuesta



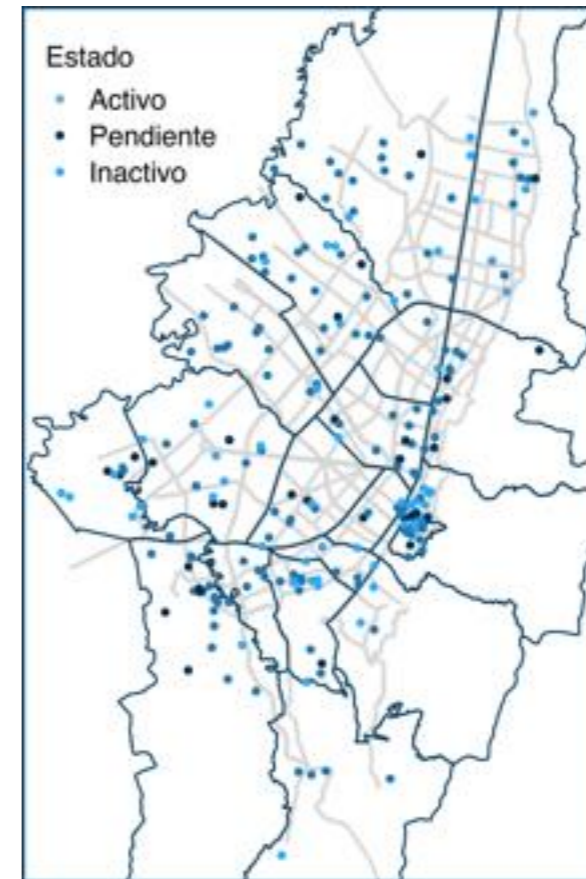
Estado

* Medios participantes en el estudio

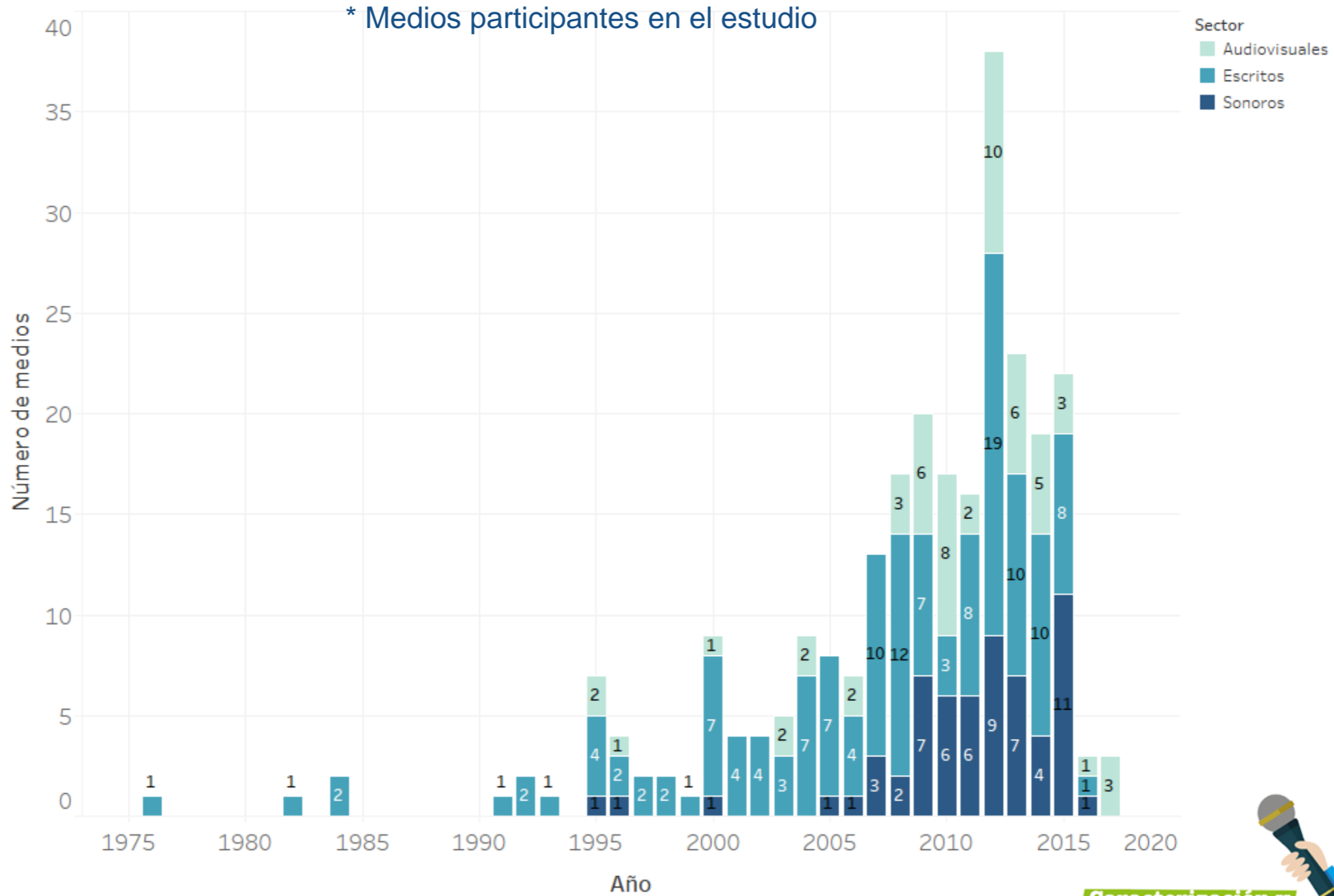
Activo
Sin soporte
Inactivo



n = 261



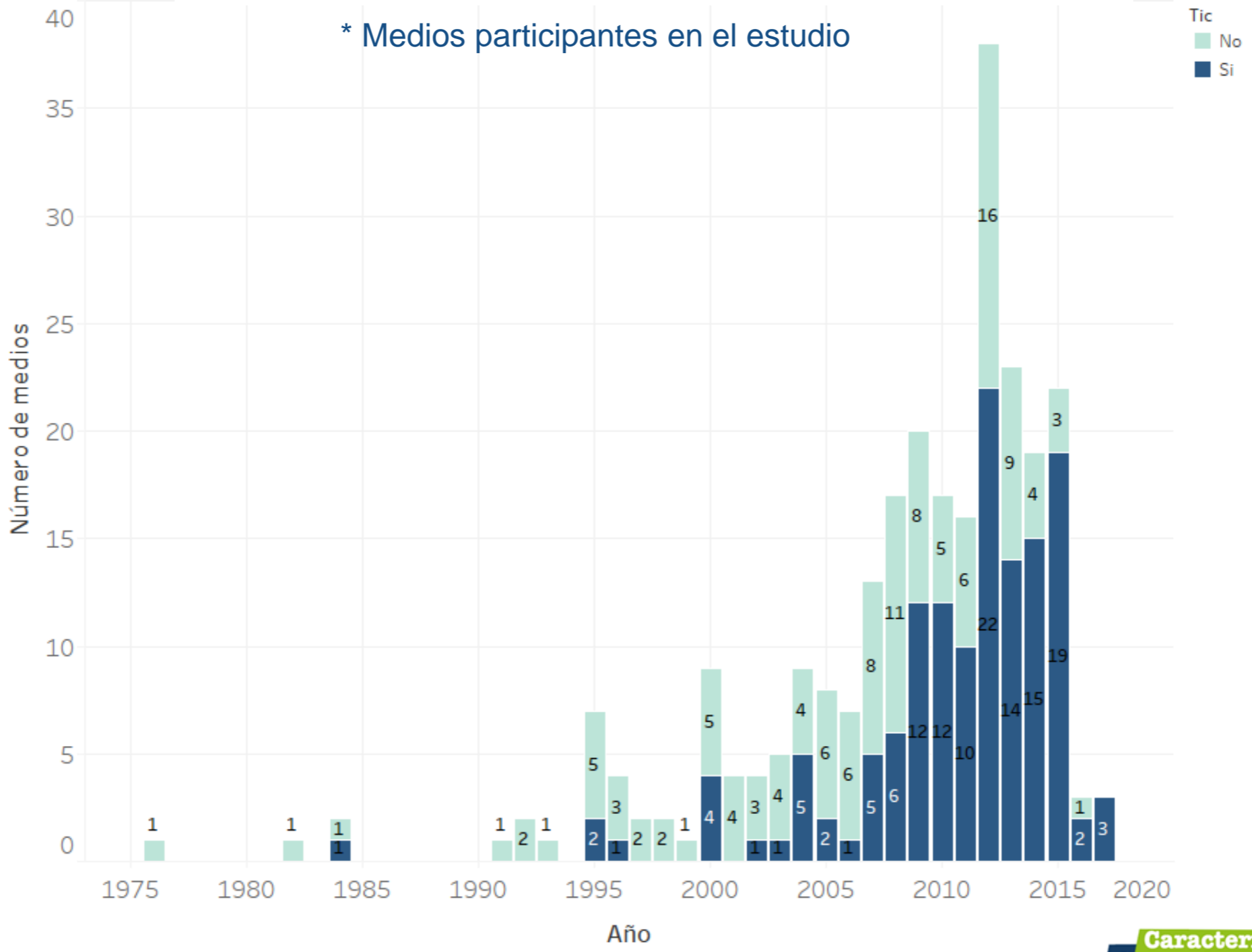
Línea de tiempo - Sector



Caracterización y Georreferenciación de Medios Comunitarios y Alternativos en Bogotá

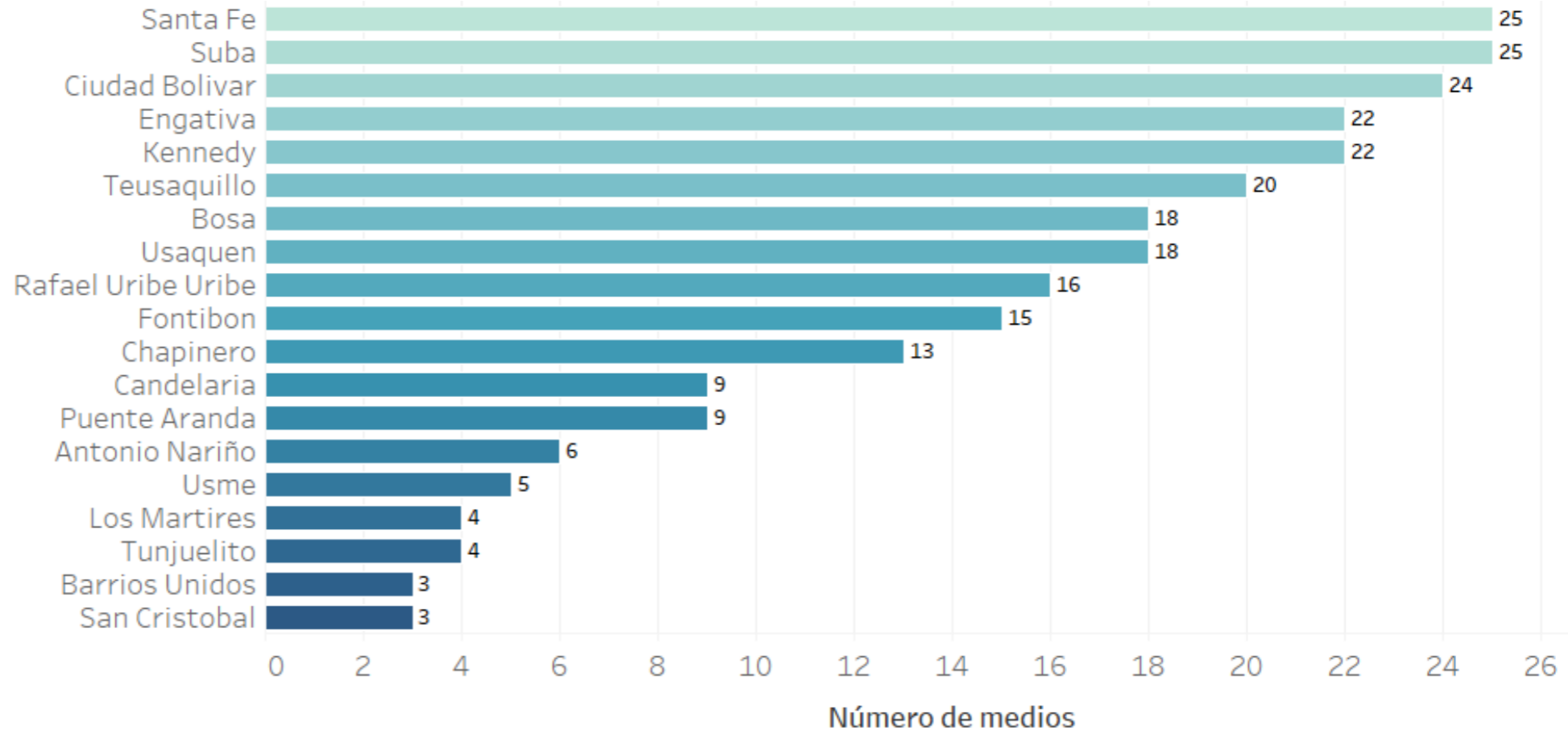


Línea de tiempo - TIC



Presencia en localidades

* Medios participantes en el estudio

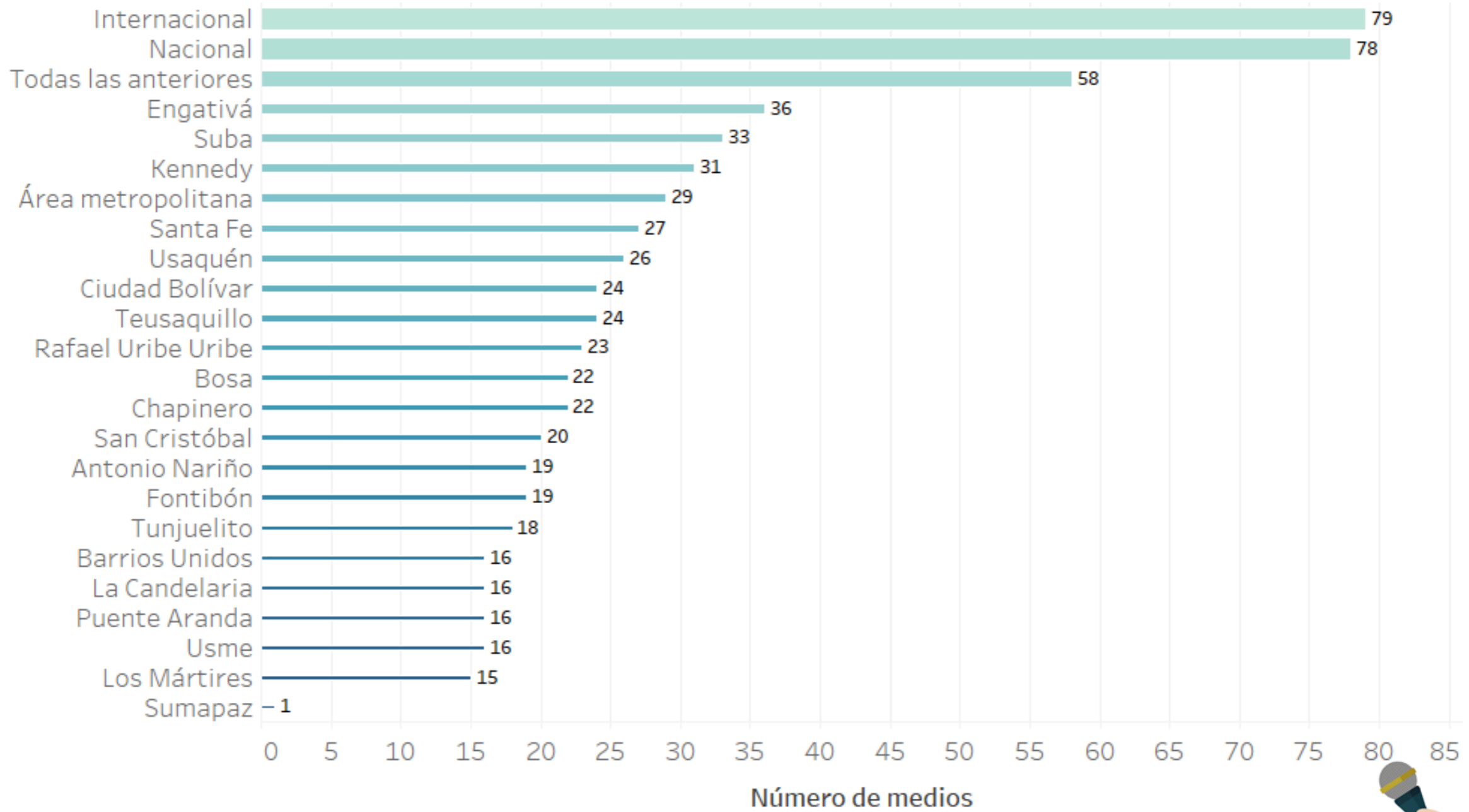


n = 261; No participaron del estudio medios de la localidad de Sumapaz



Cobertura

* Medios participantes en el estudio

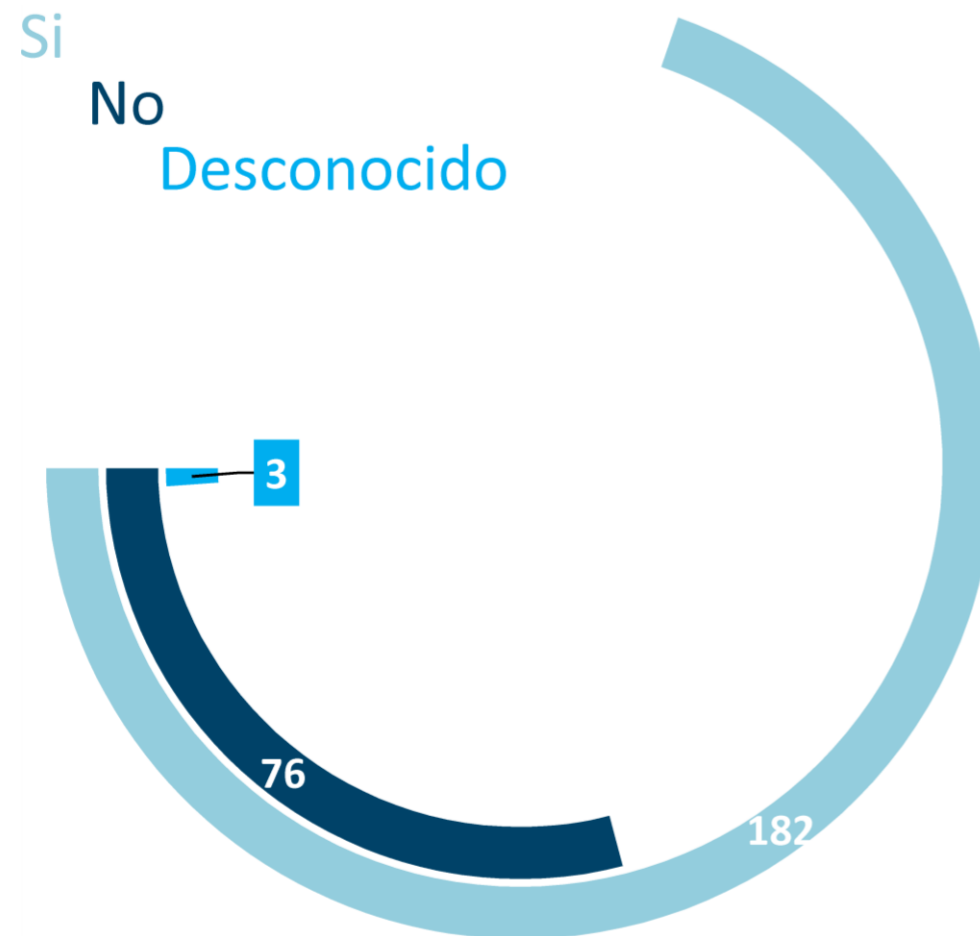


n = 261

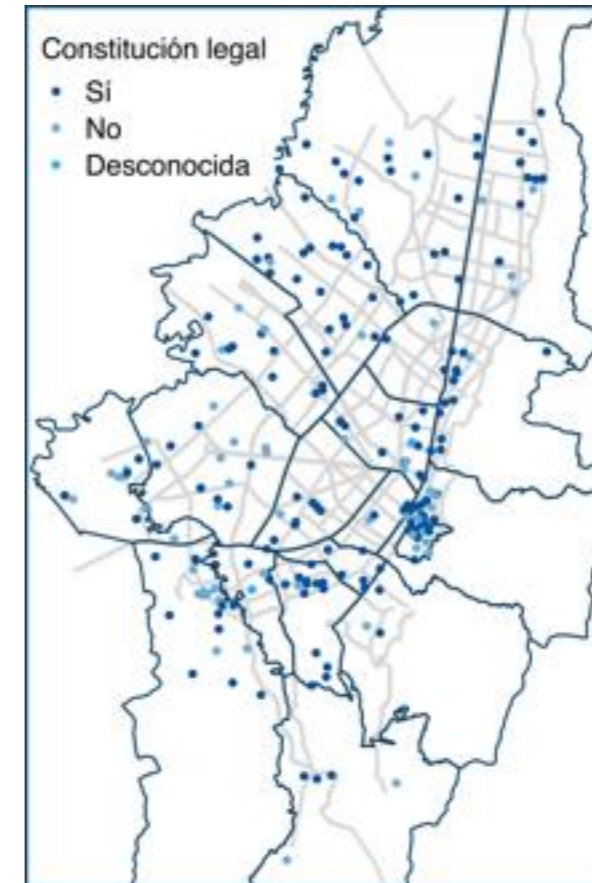


Constitución legal

* Medios participantes en el estudio

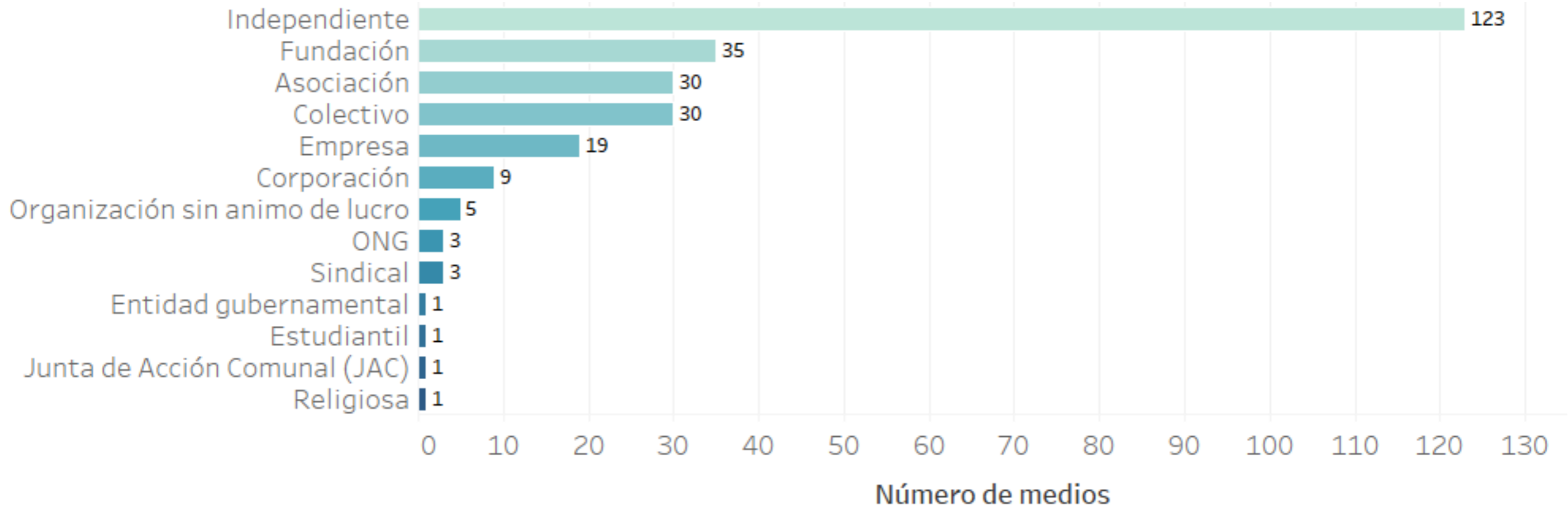


n = 261



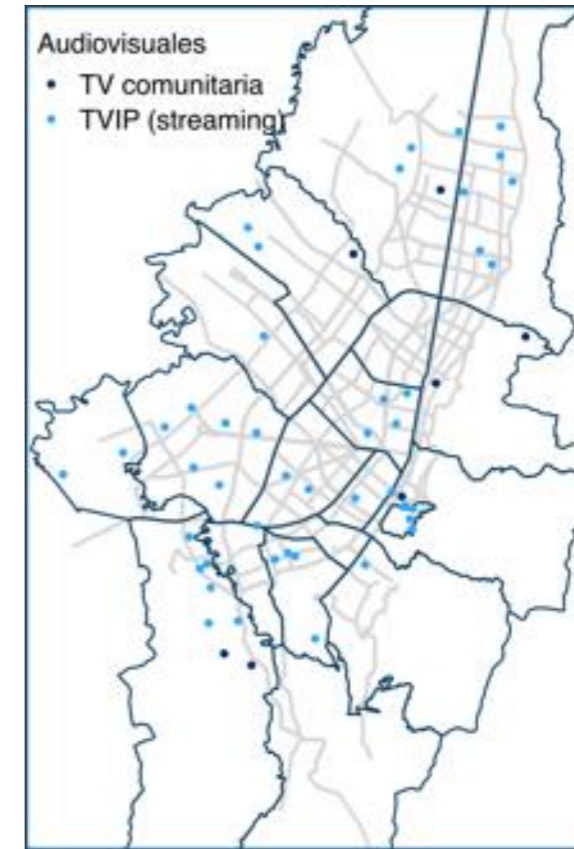
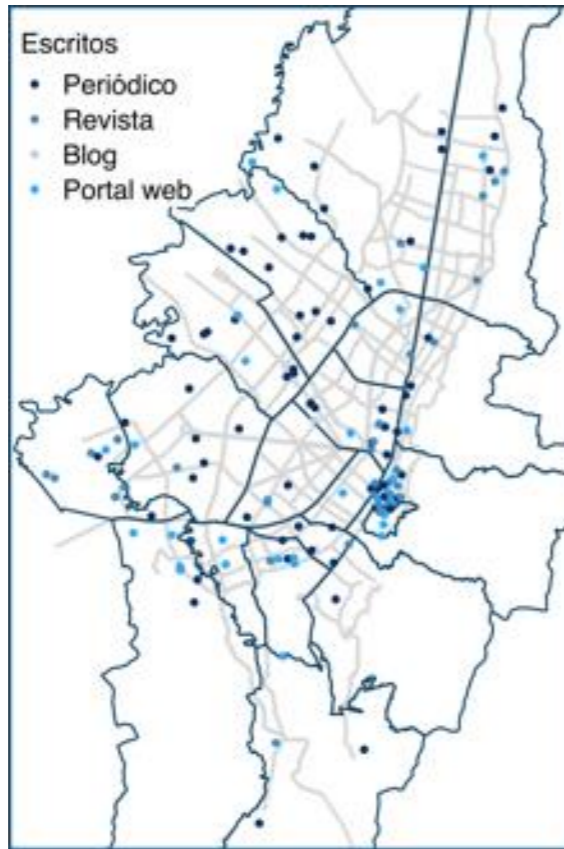
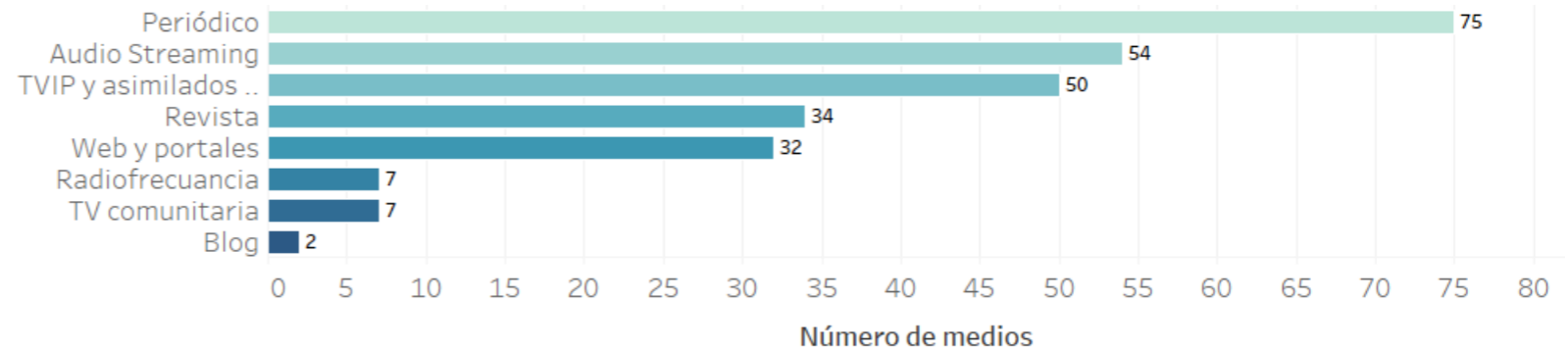
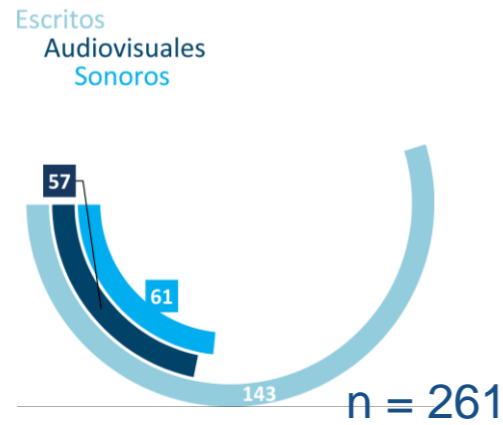
Organización

* Medios participantes en el estudio



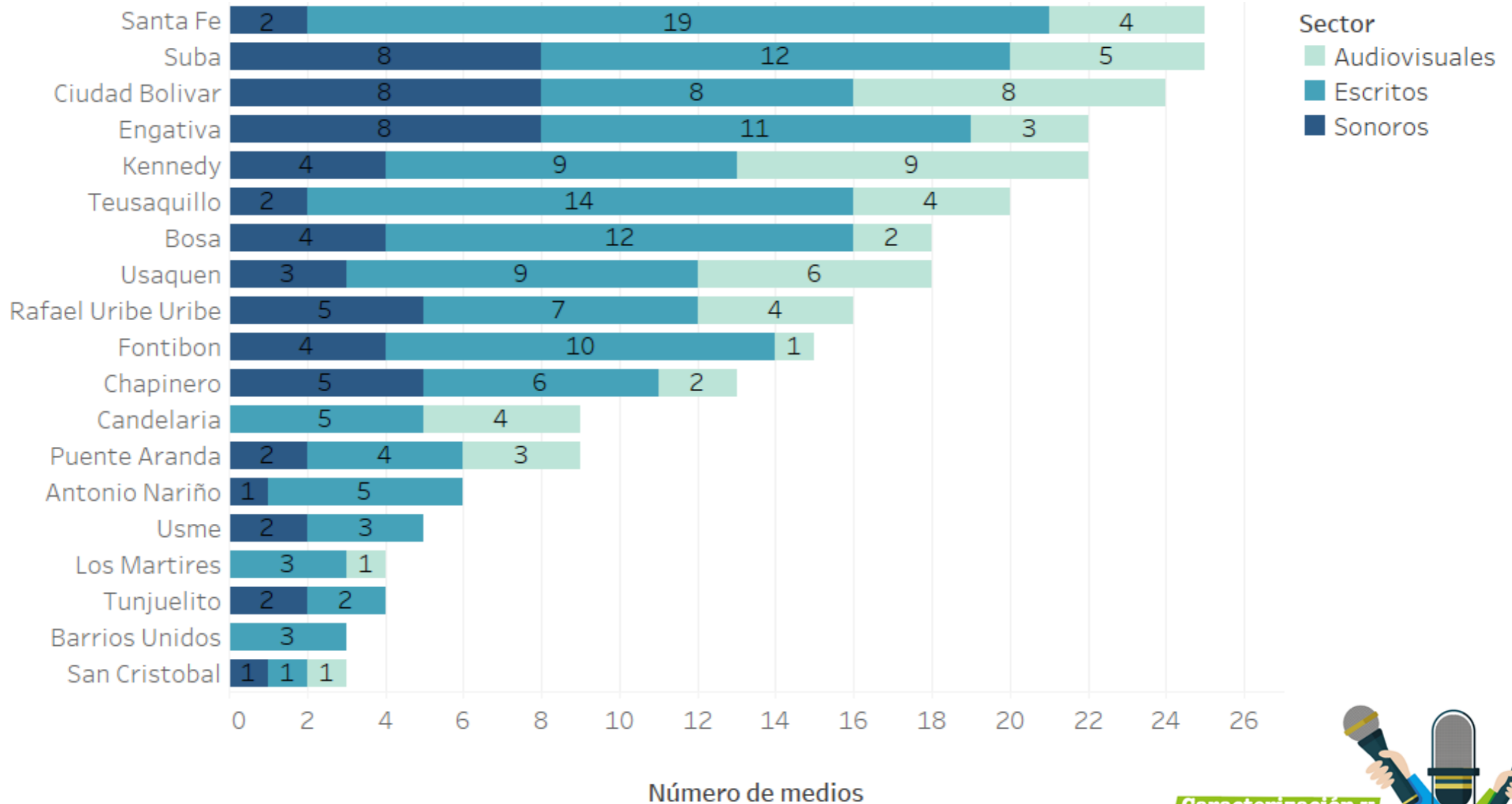
Tipo de medio

* Medios participantes en el estudio



Tipo de medio por localidad

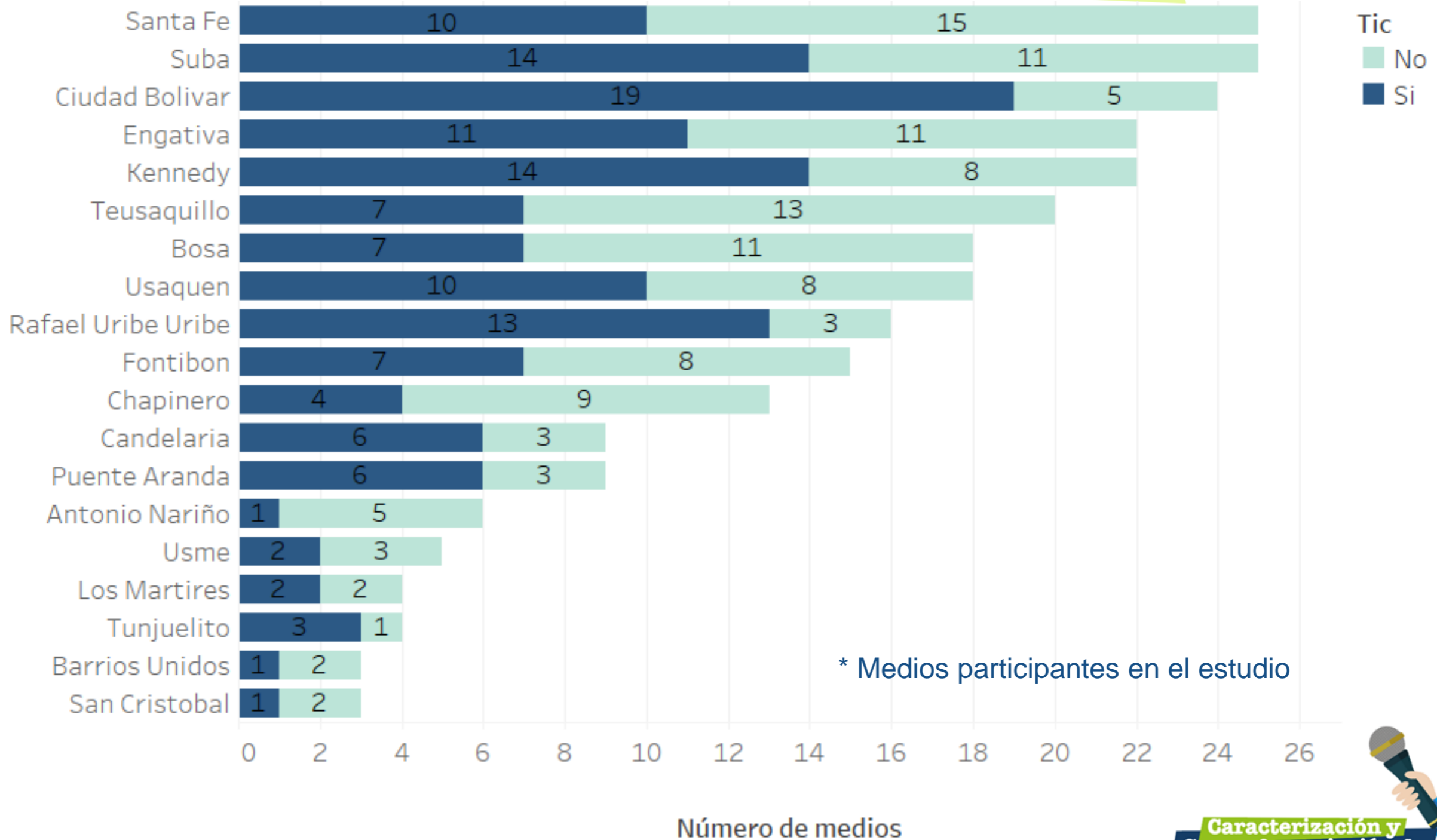
* Medios participantes en el estudio



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



Medios TIC por localidad

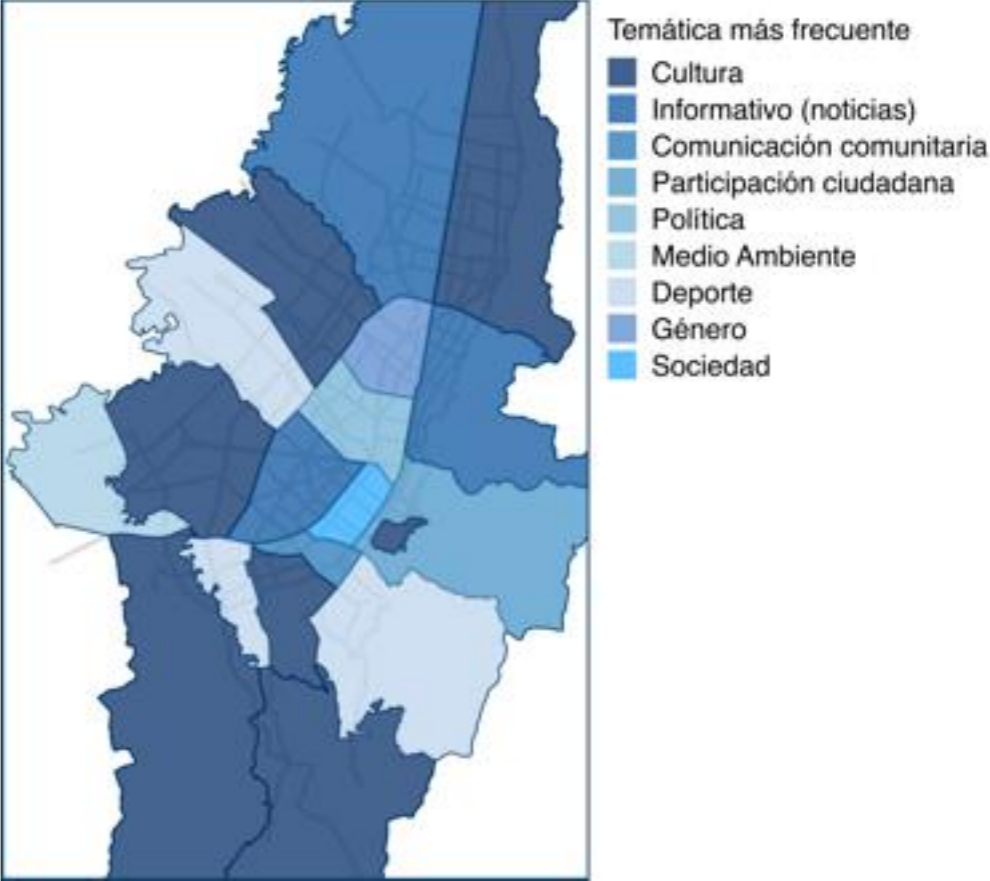
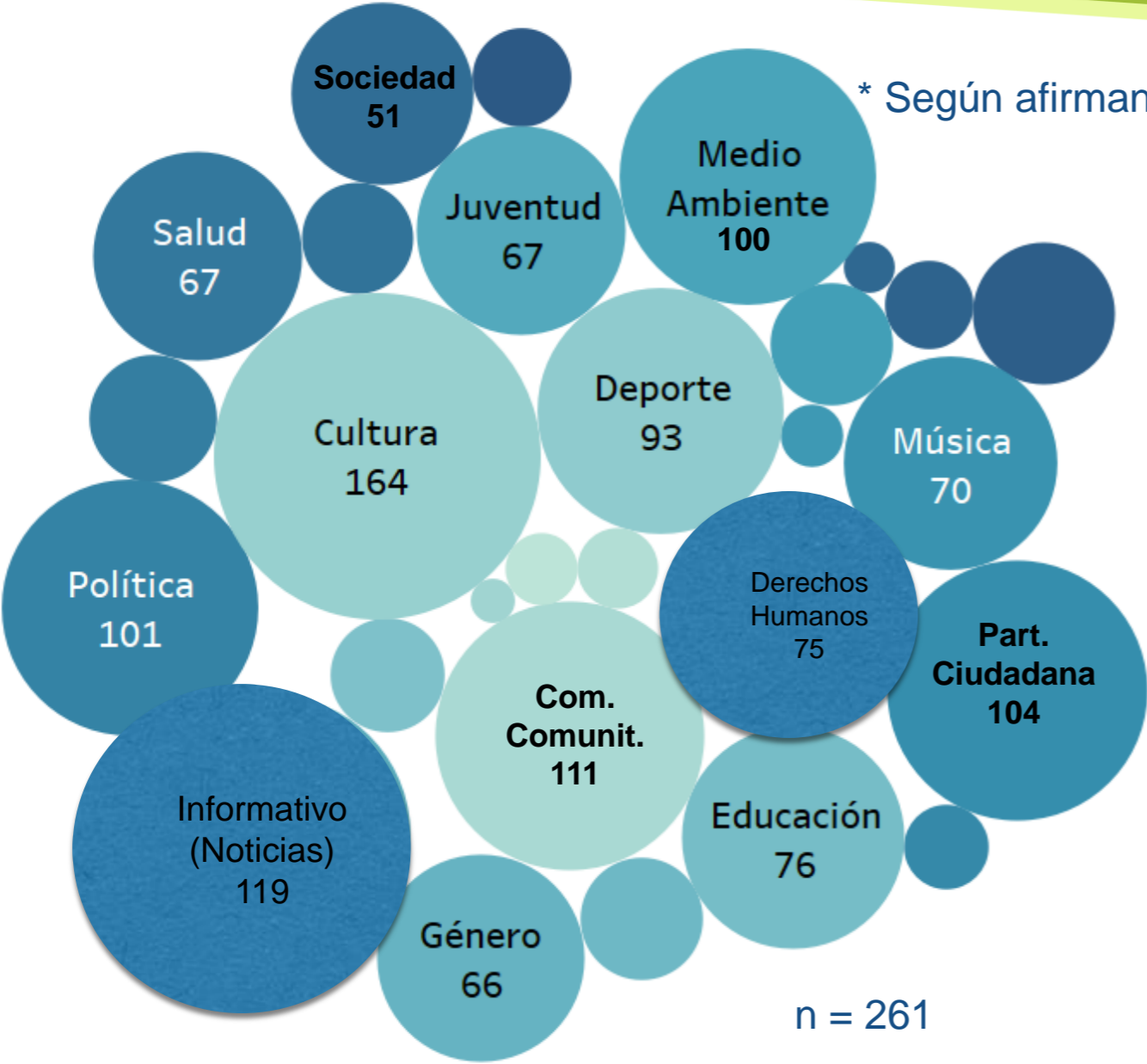


n = 261; no se encontraron medios en la localidad de Sumapaz



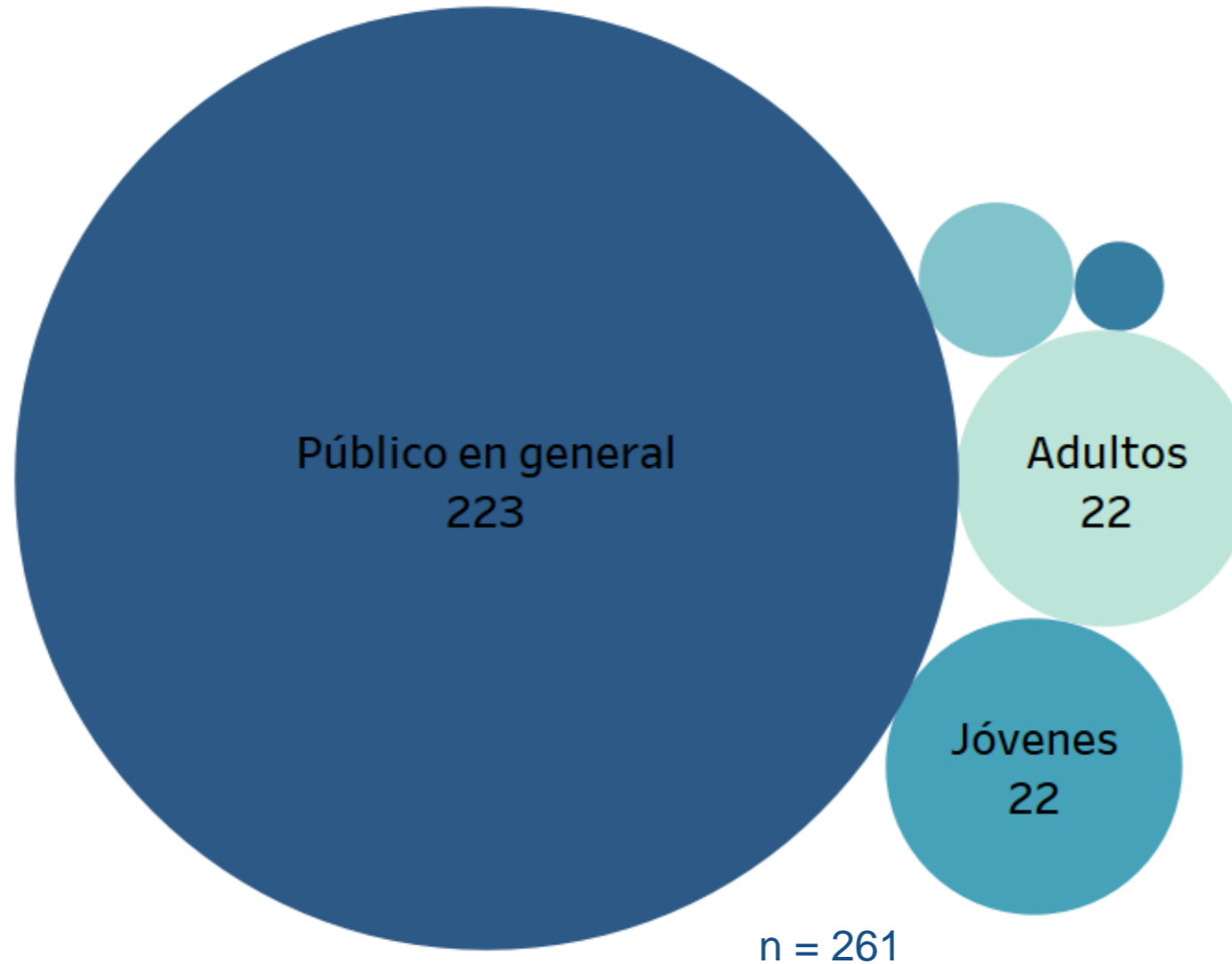
Temáticas

* Según afirman representantes de los medios participantes en el estudio



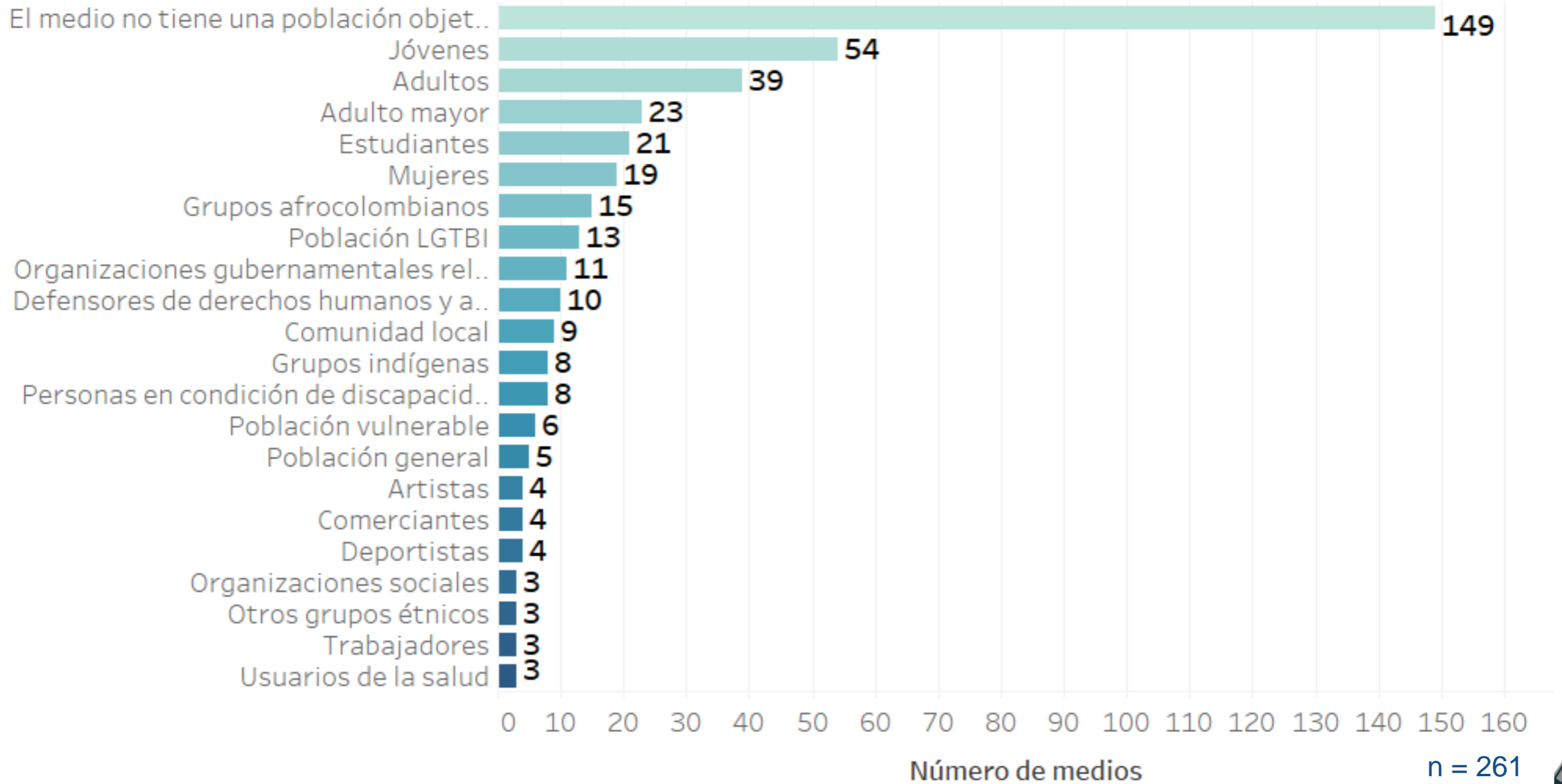
Población objetivo: Grupos de edad

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



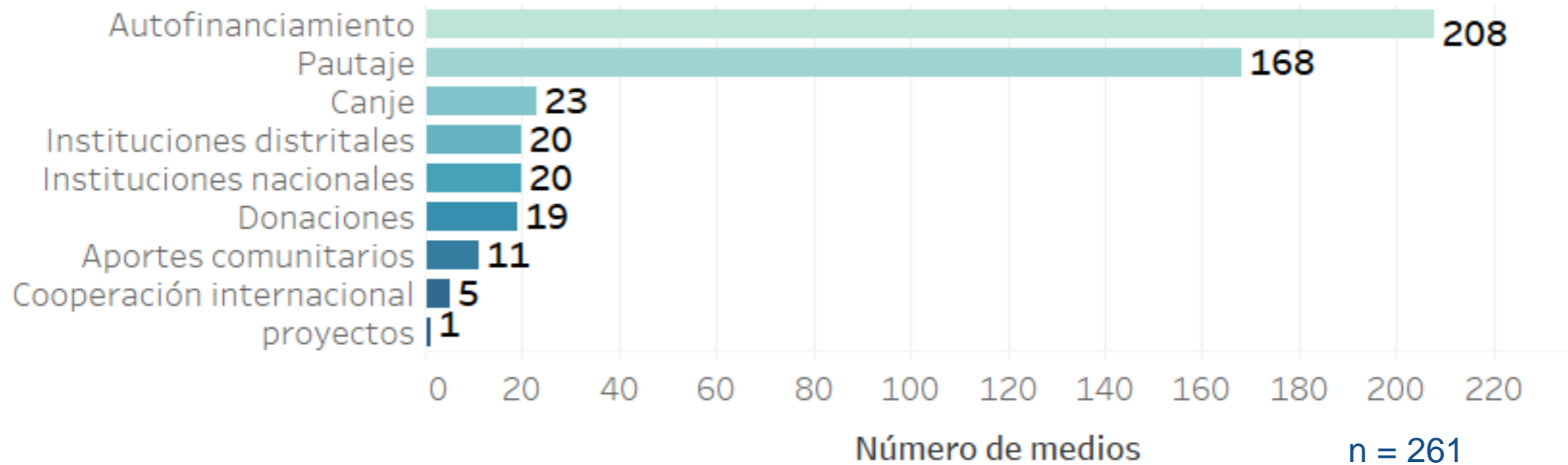
Población objetivo: grupos sociales

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



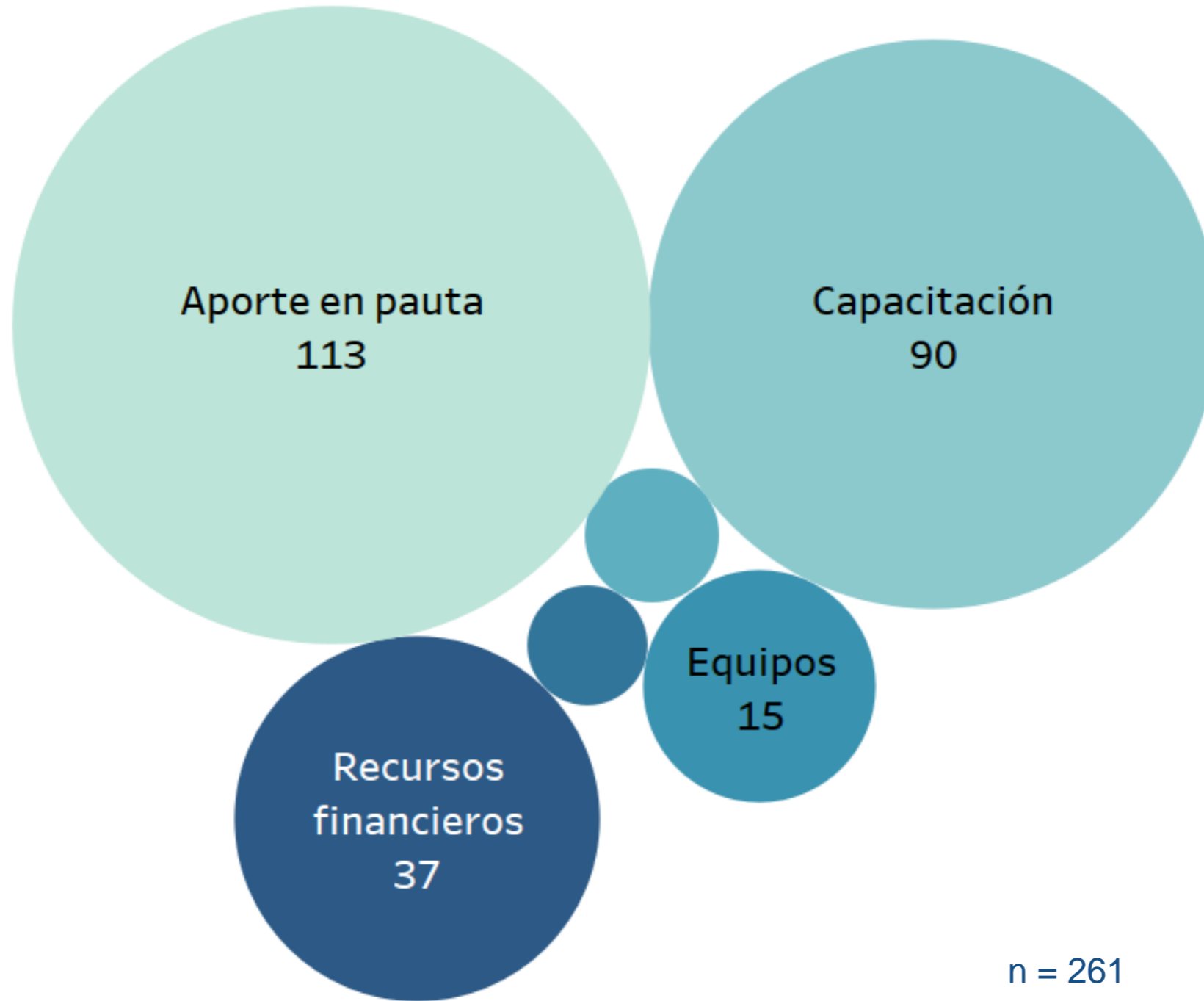
Financiamiento

* 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



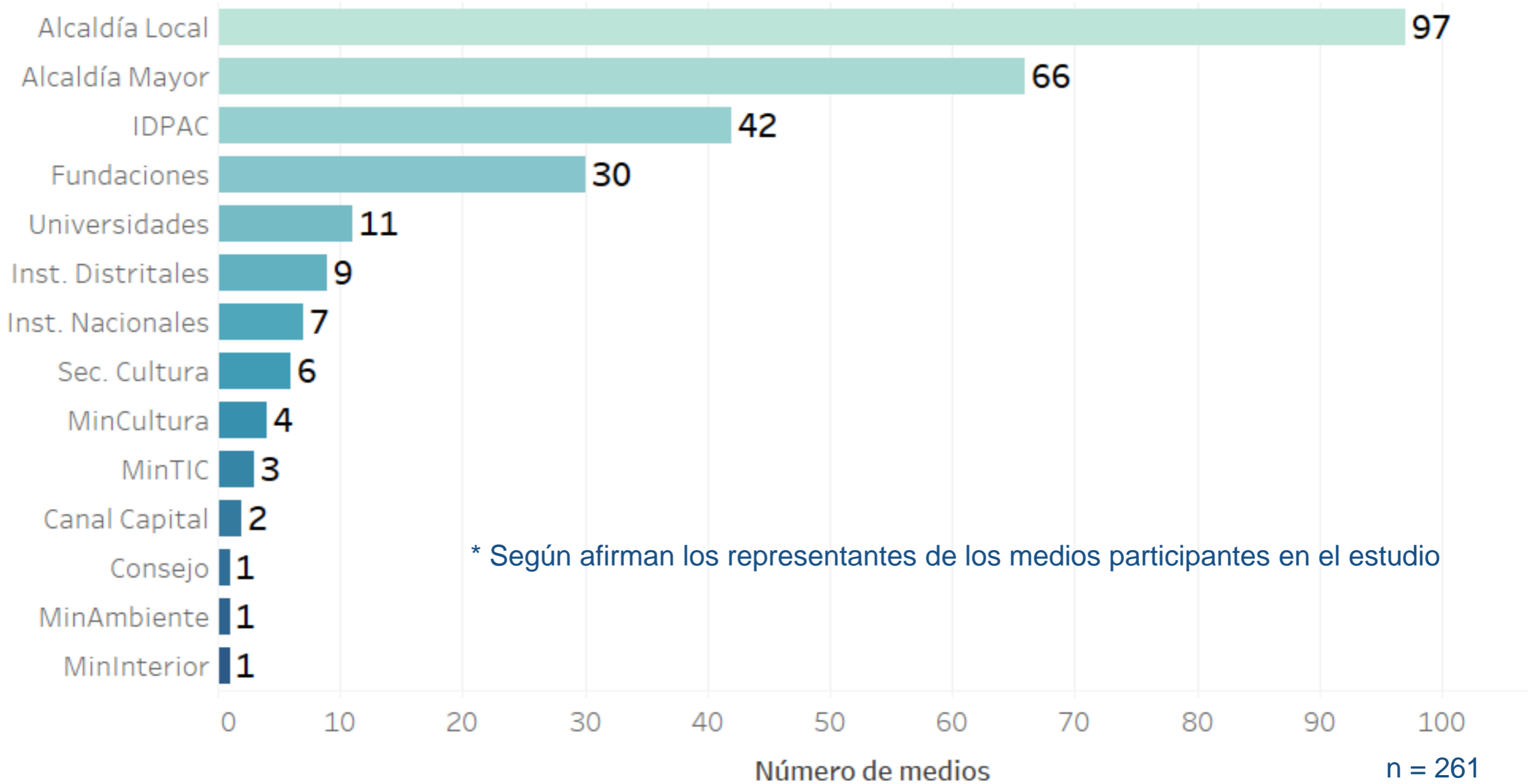
Temáticas de formación recibida por el Estado

* 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.

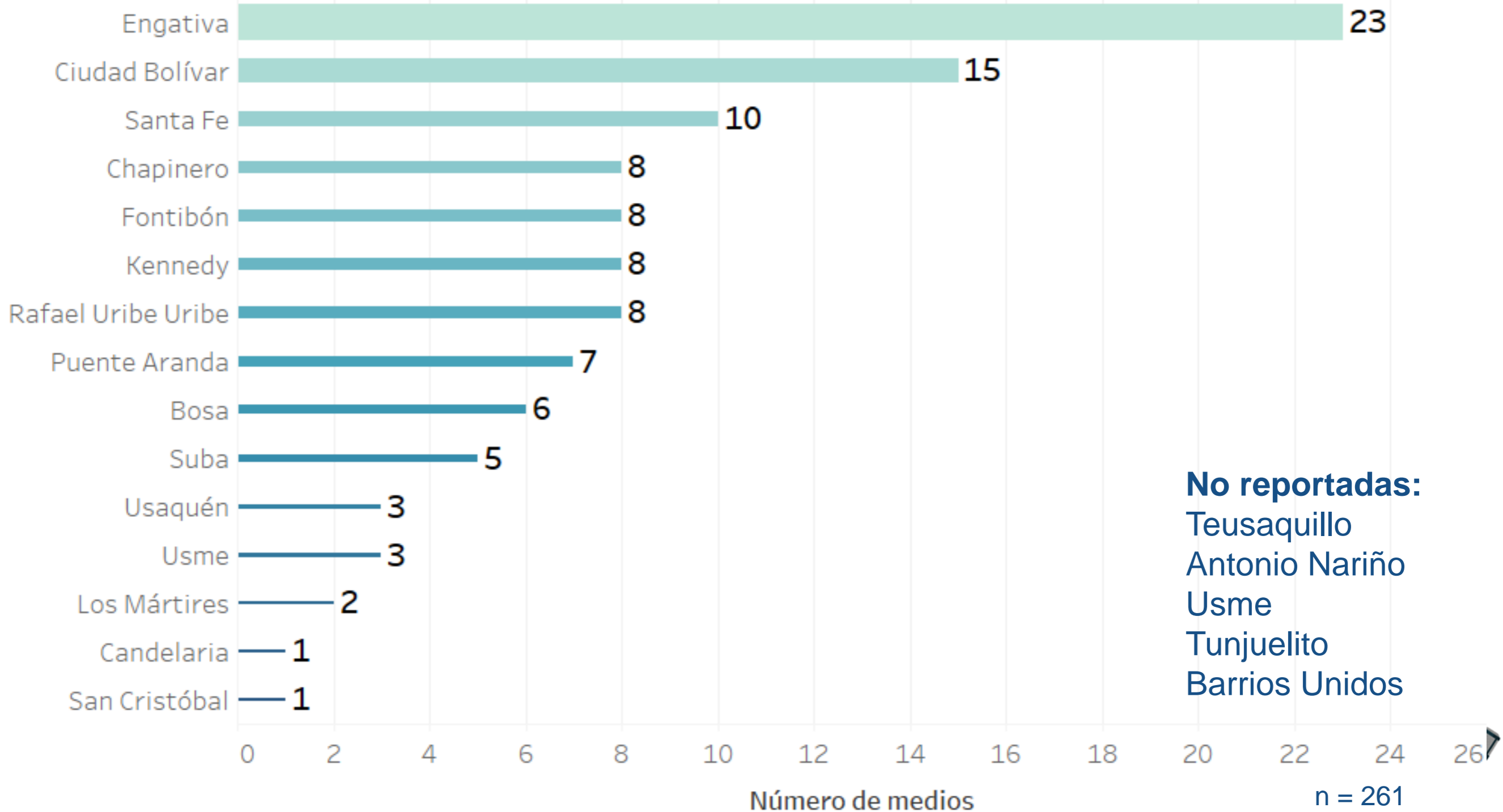


Entidades de las cuales se ha recibido apoyo



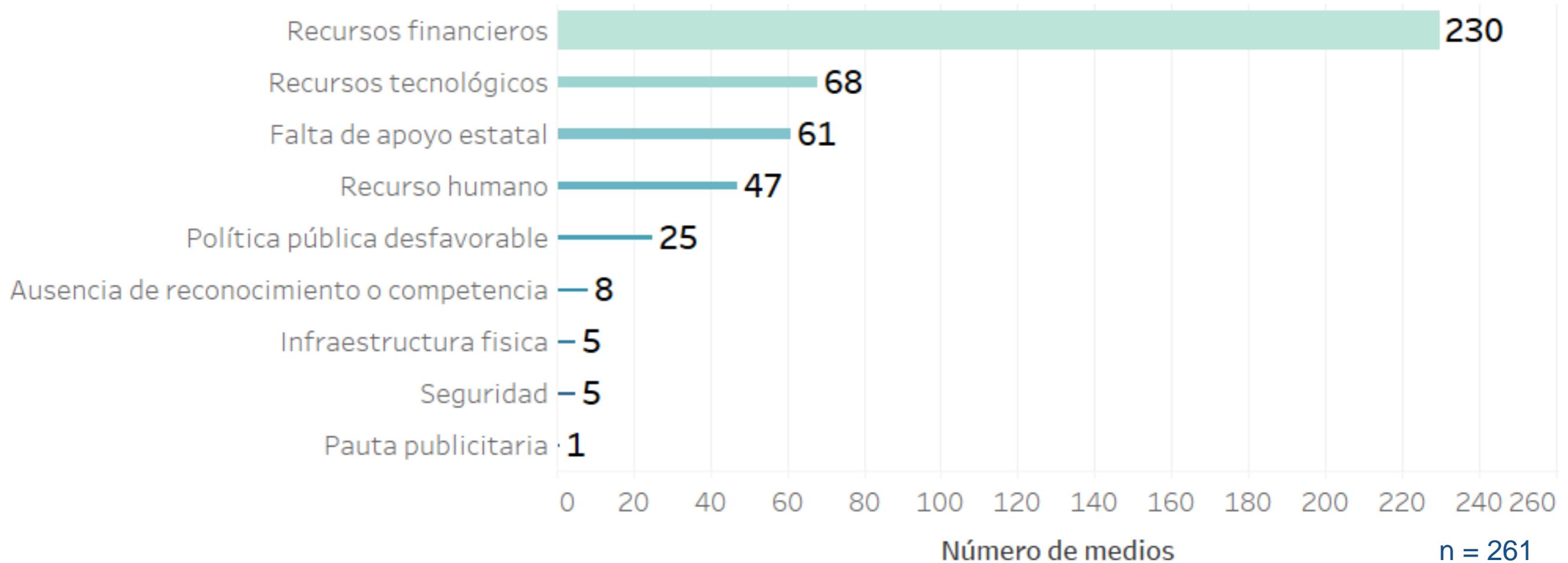
Apoyo del Estado - Alcaldías Locales

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



Aspectos a mejorar

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



Propuestas de fortalecimiento

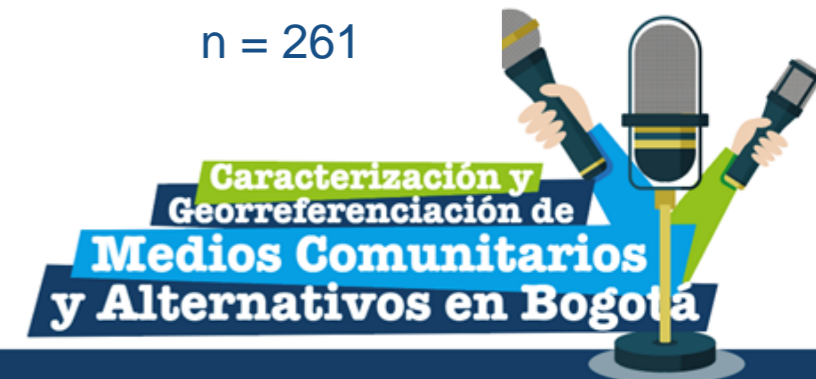
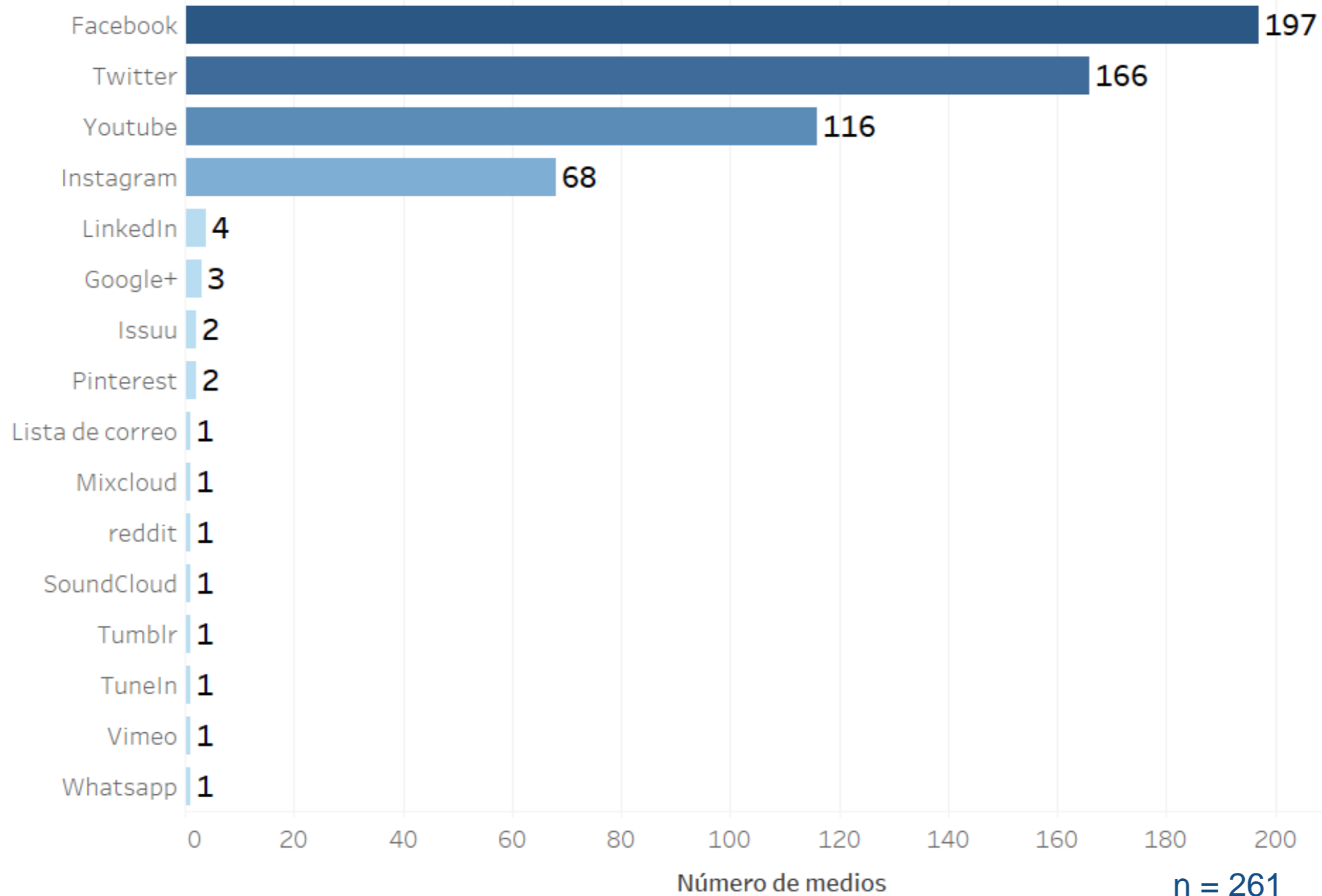
* Según afirman los representantes de los medios participantes en el estudio

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



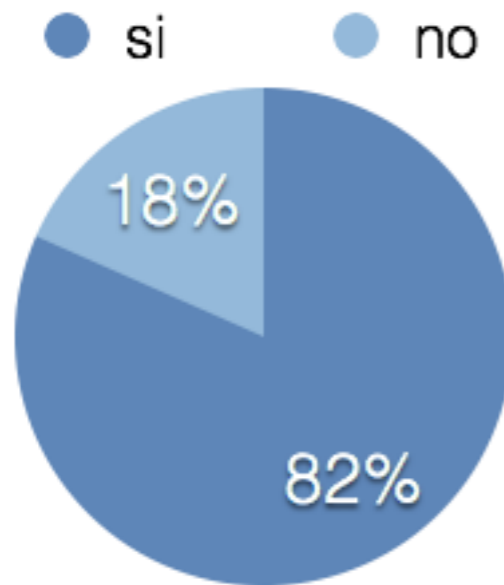
Presencia en redes sociales

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



Participación de la comunidad

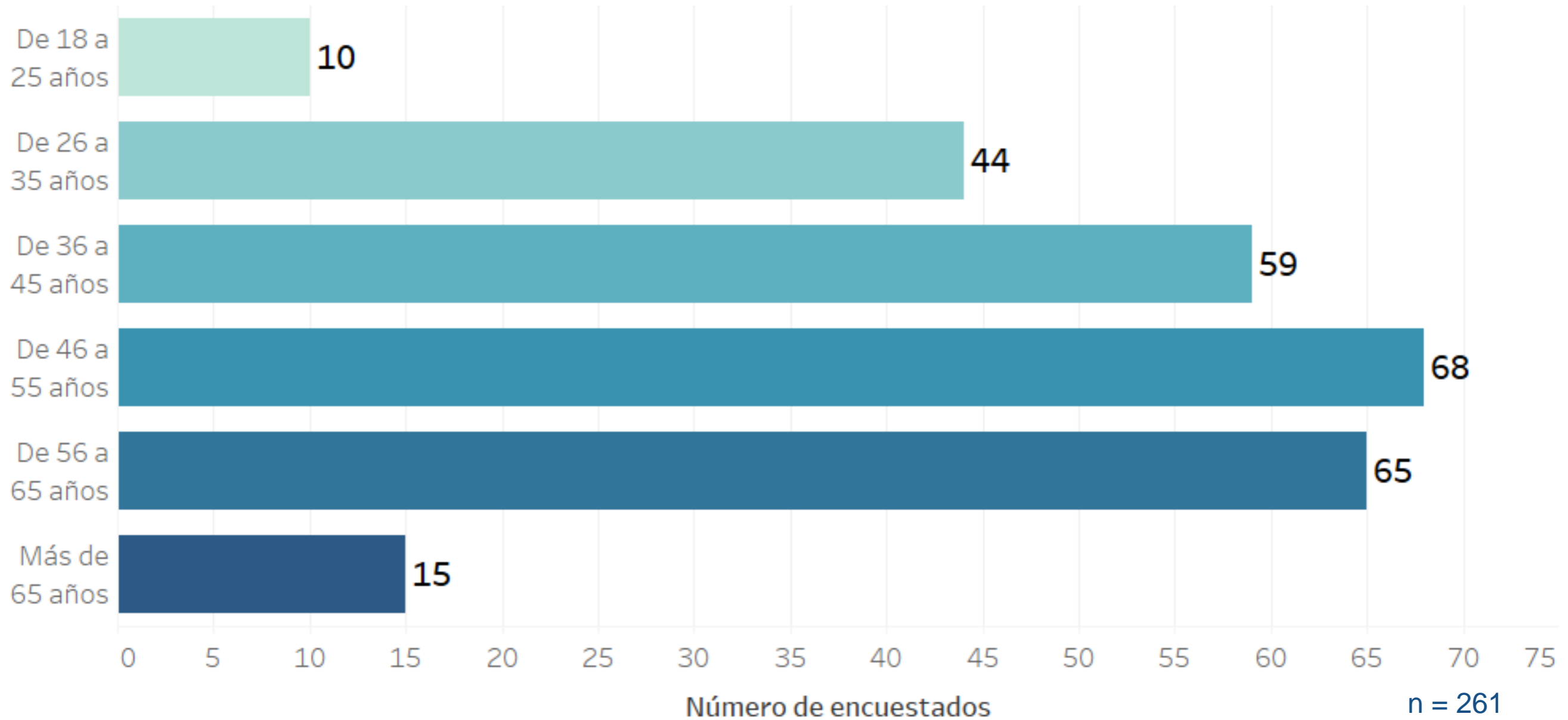
* Según afirman los representantes de los medios participantes en el estudio



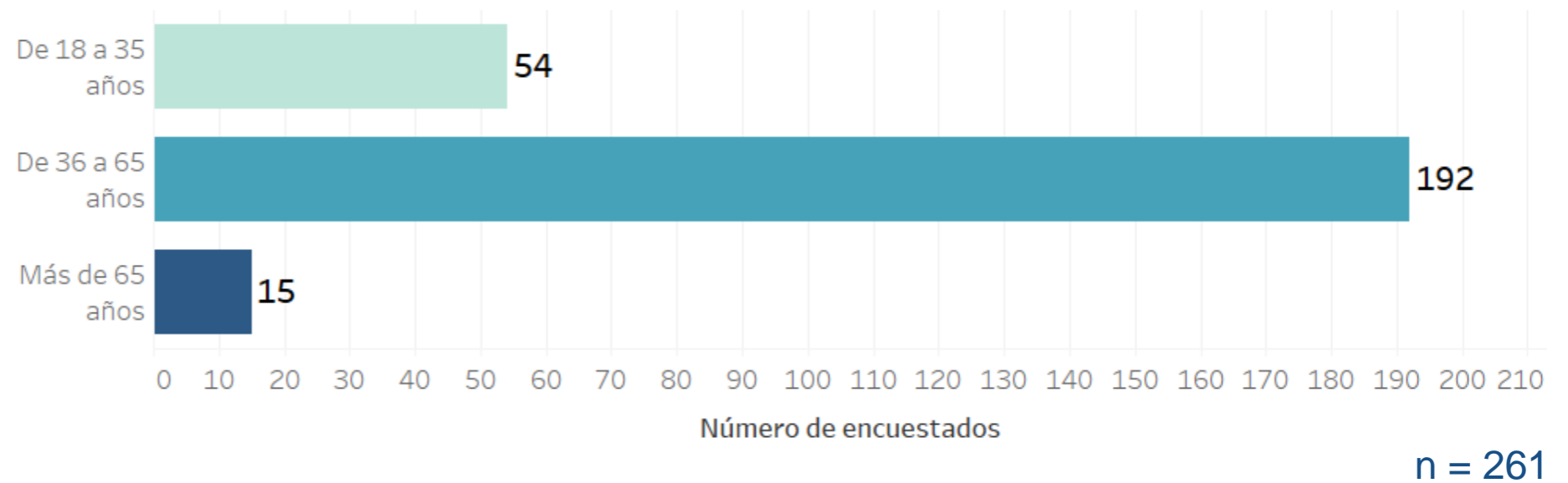
n = 261



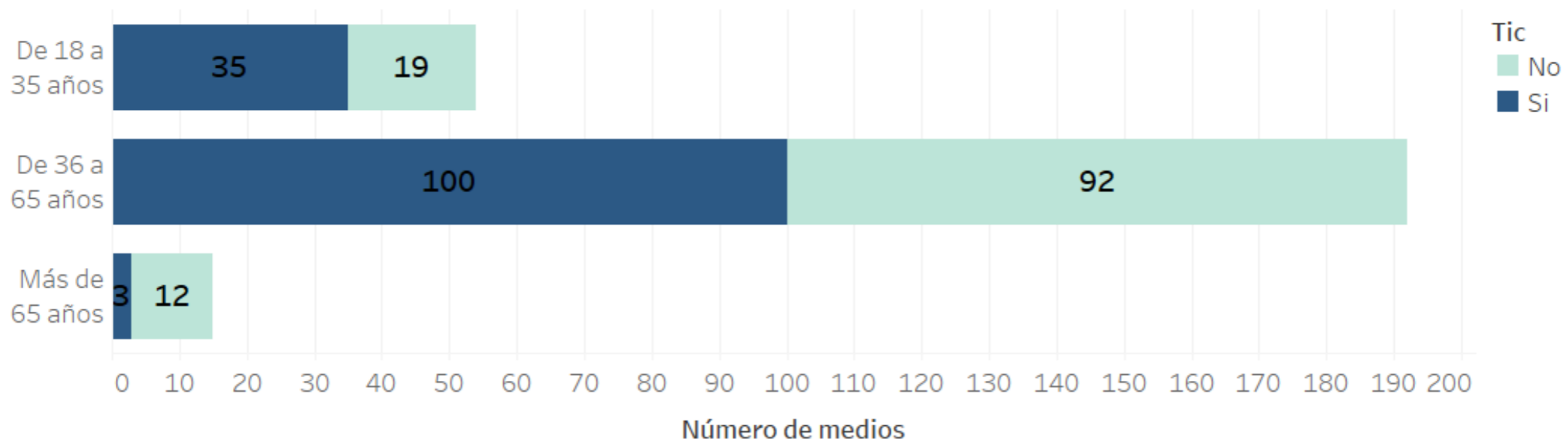
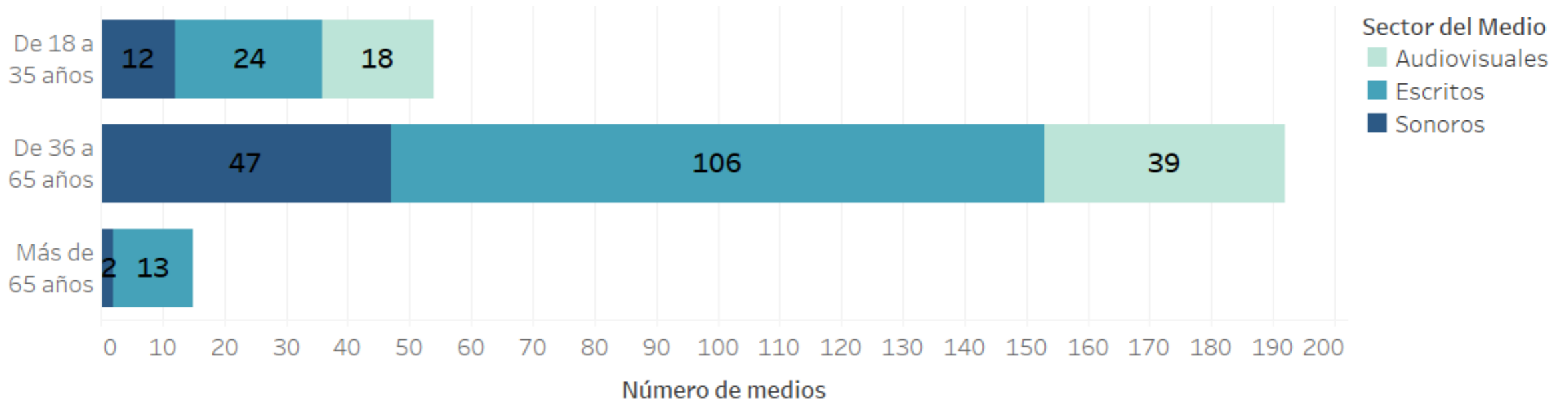
Edad de la persona que respondió la encuesta



Edad de la persona que respondió la encuesta

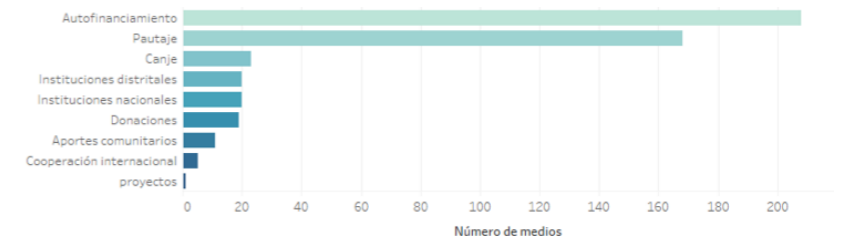
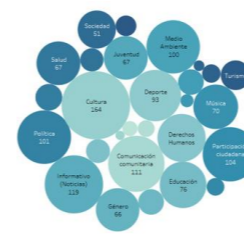
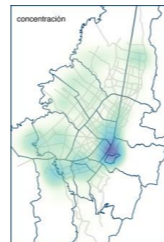
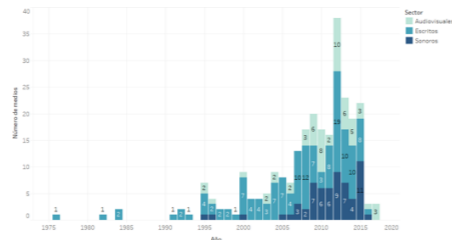


Edad de la persona que respondió la encuesta



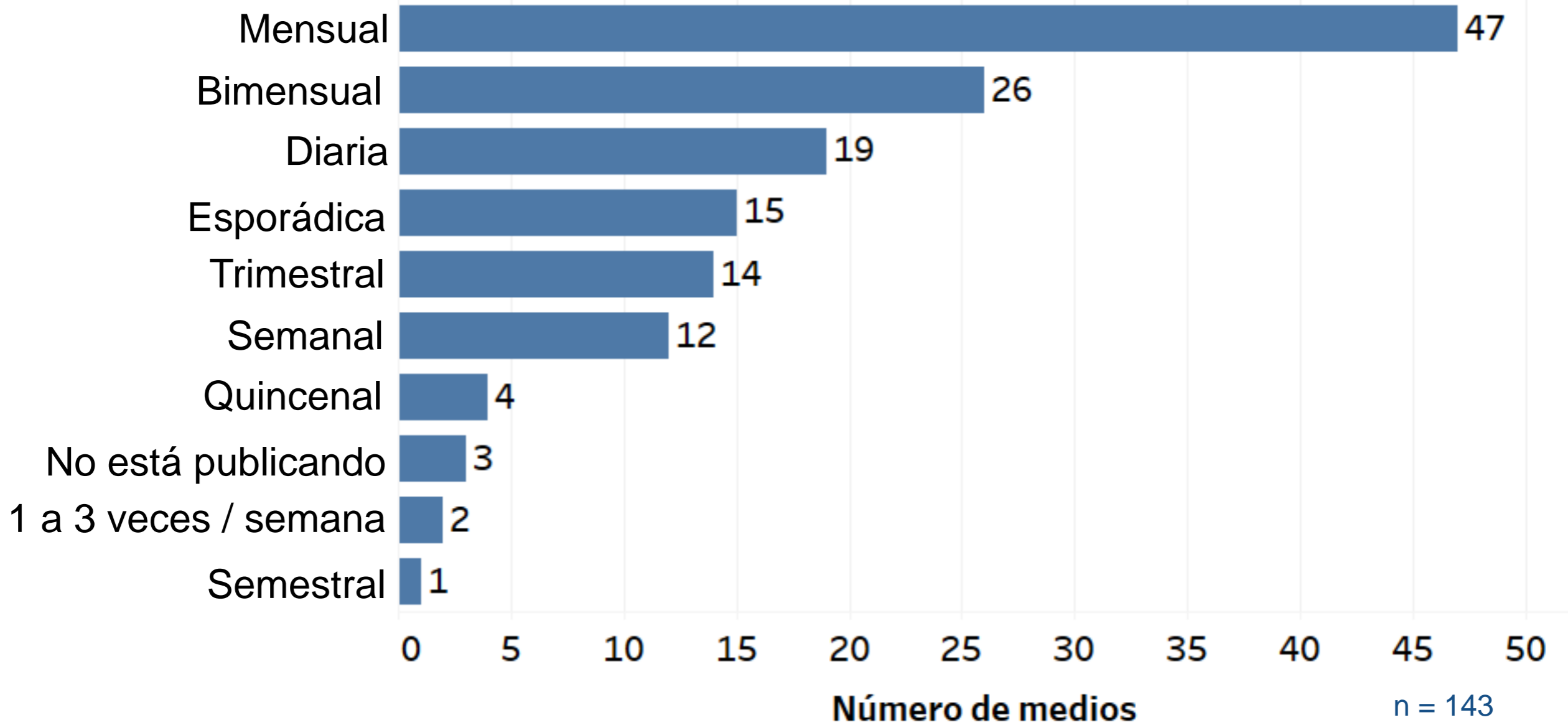
Caracterización

Medios escritos



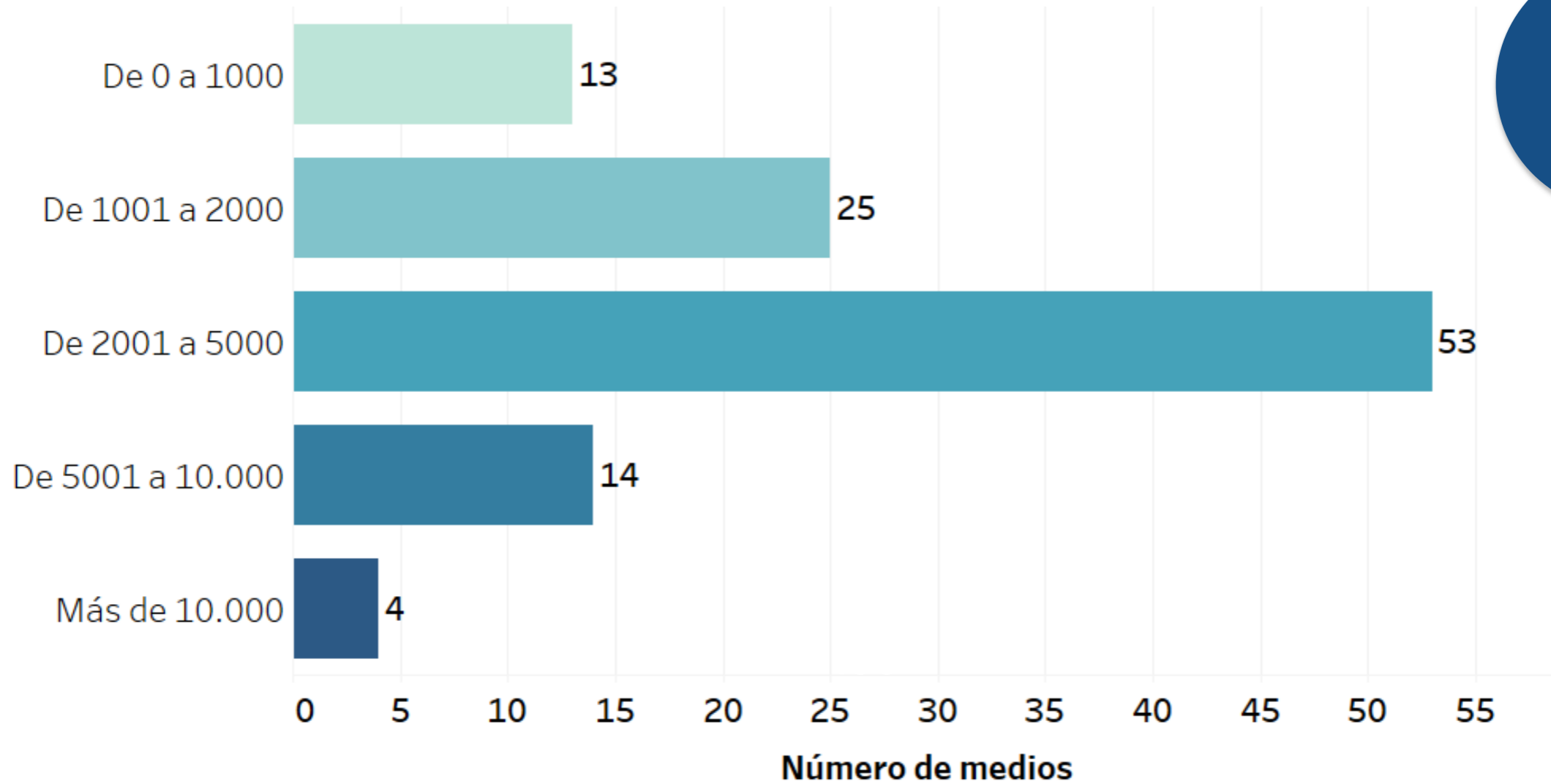
Medios escritos - Frecuencia

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



Medios escritos - Tirada

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

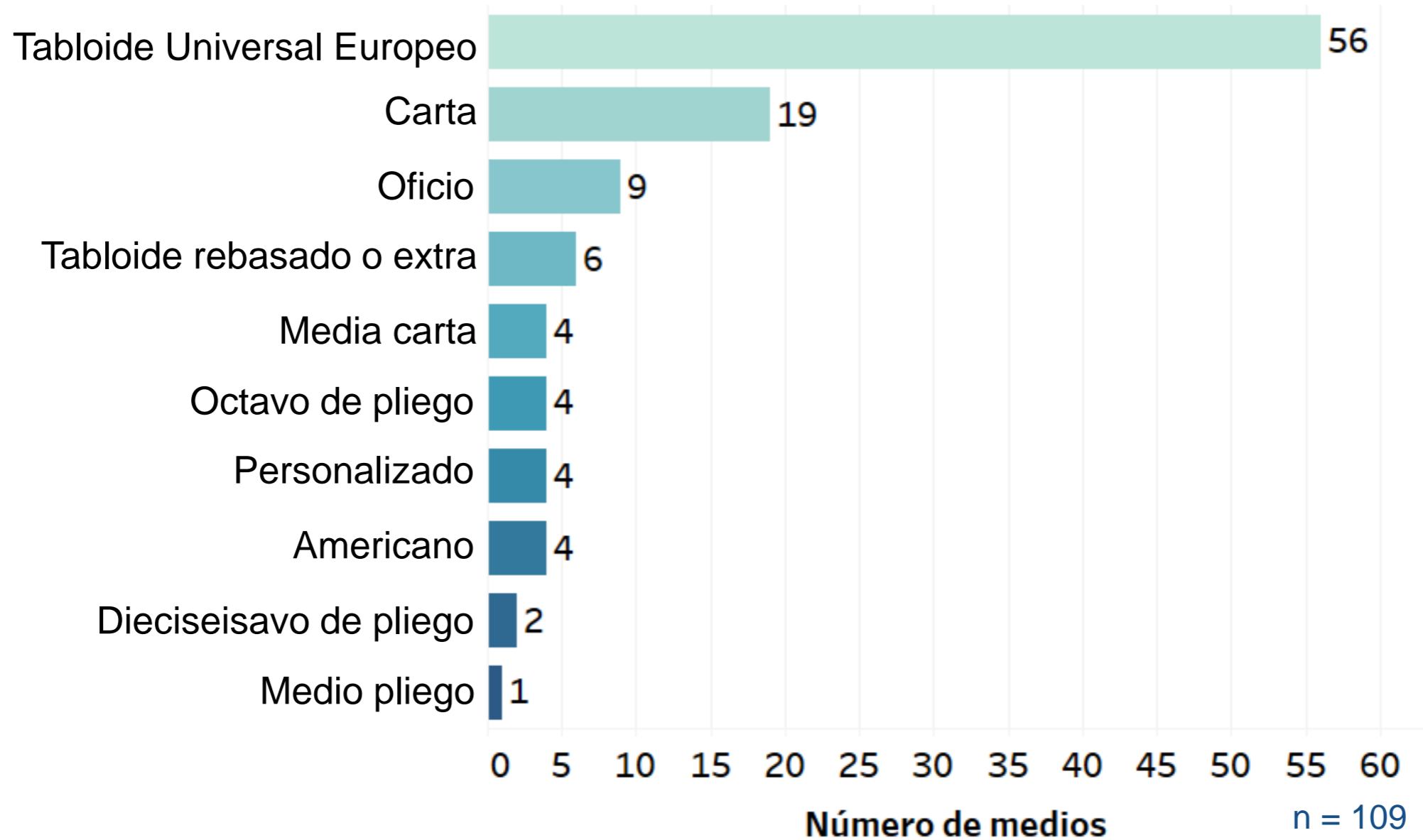


70%
ISSN



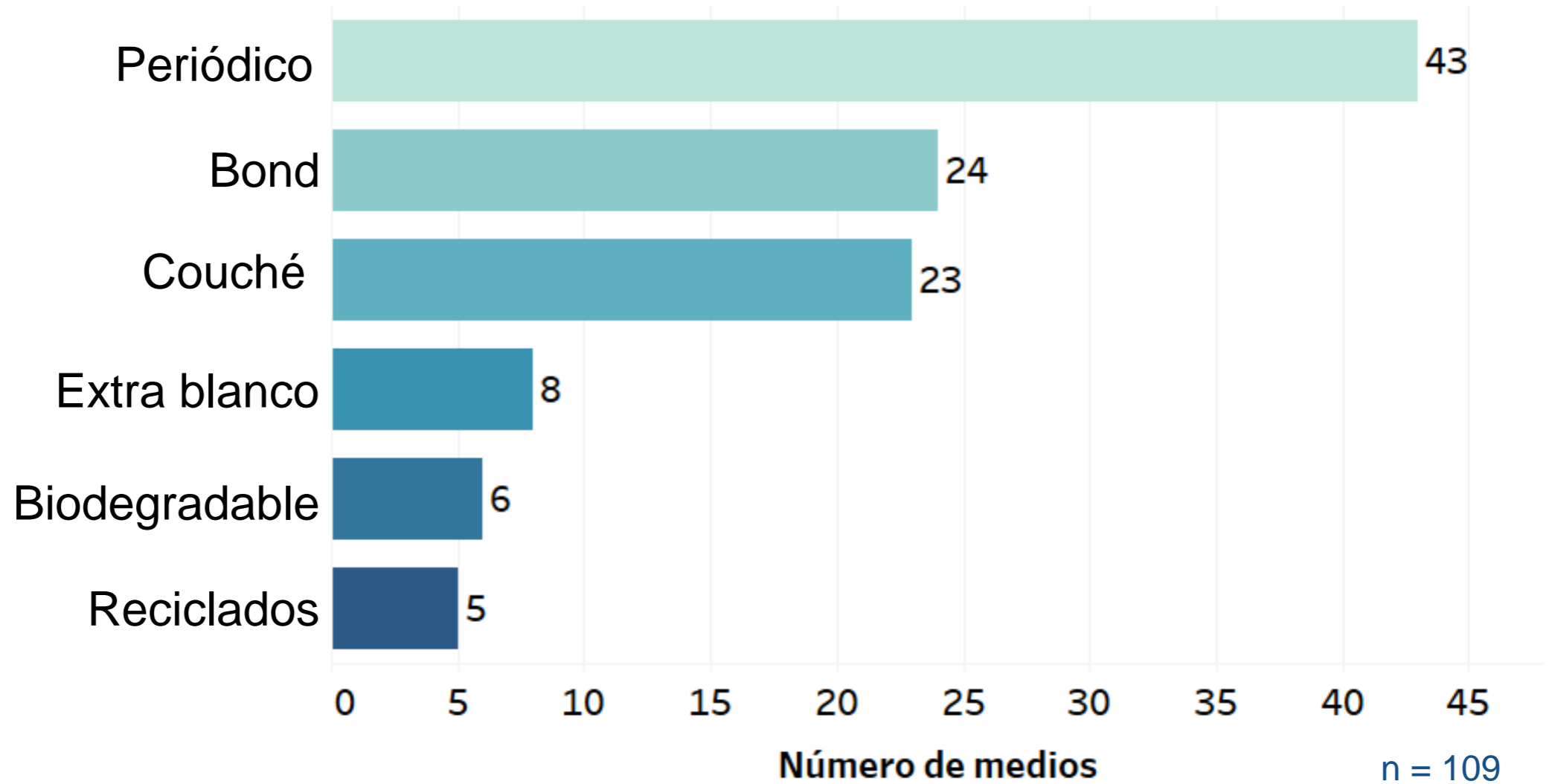
Medios escritos - Tamaño de papel

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



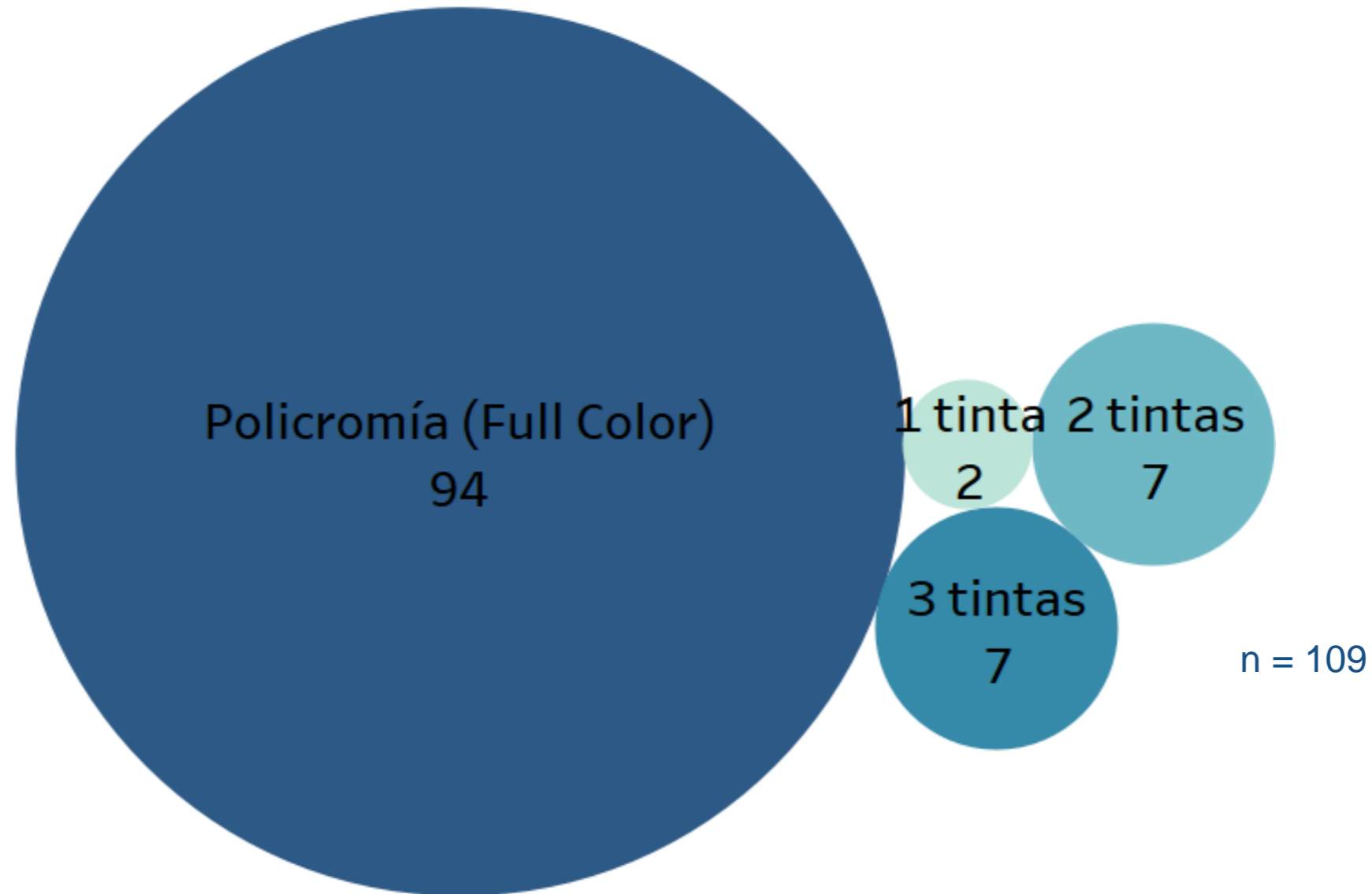
Medios escritos - Tipo de papel

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



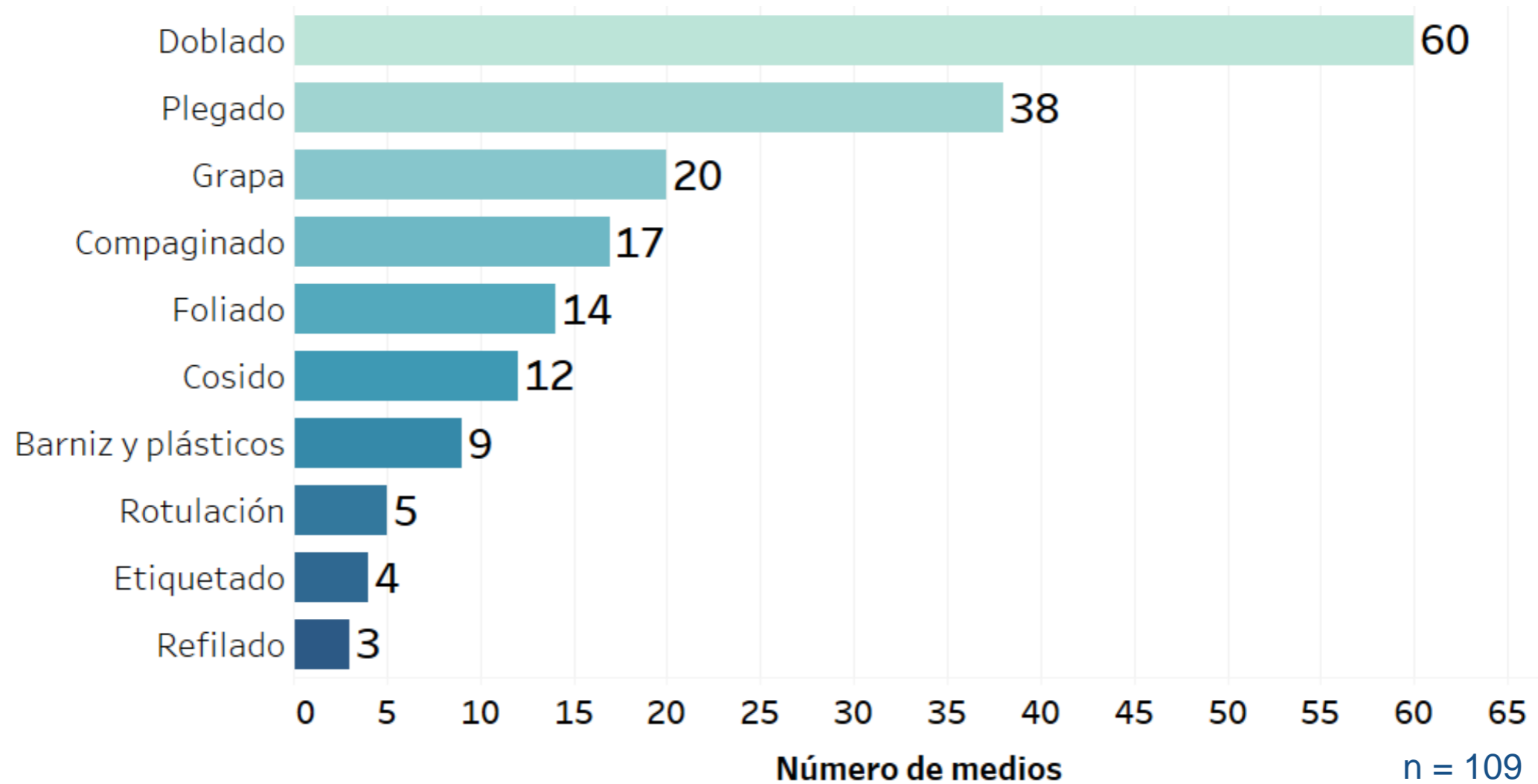
Medios escritos - Tintas

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



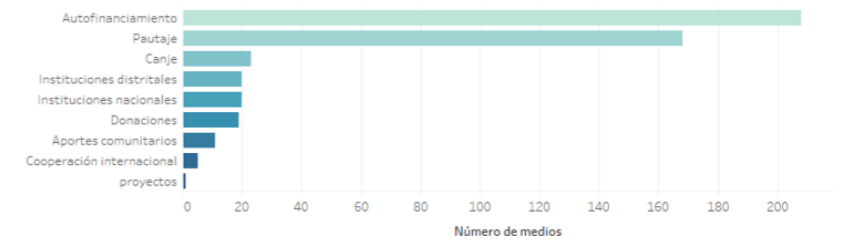
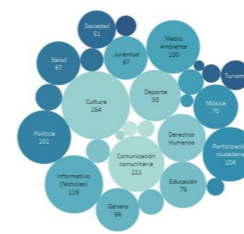
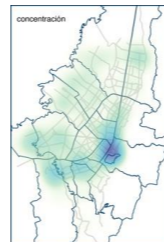
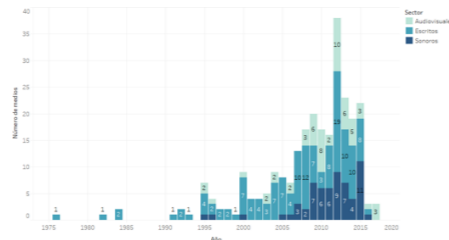
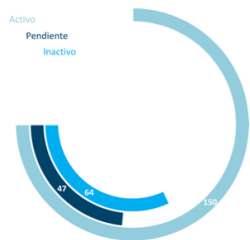
Medios escritos - Acabados

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



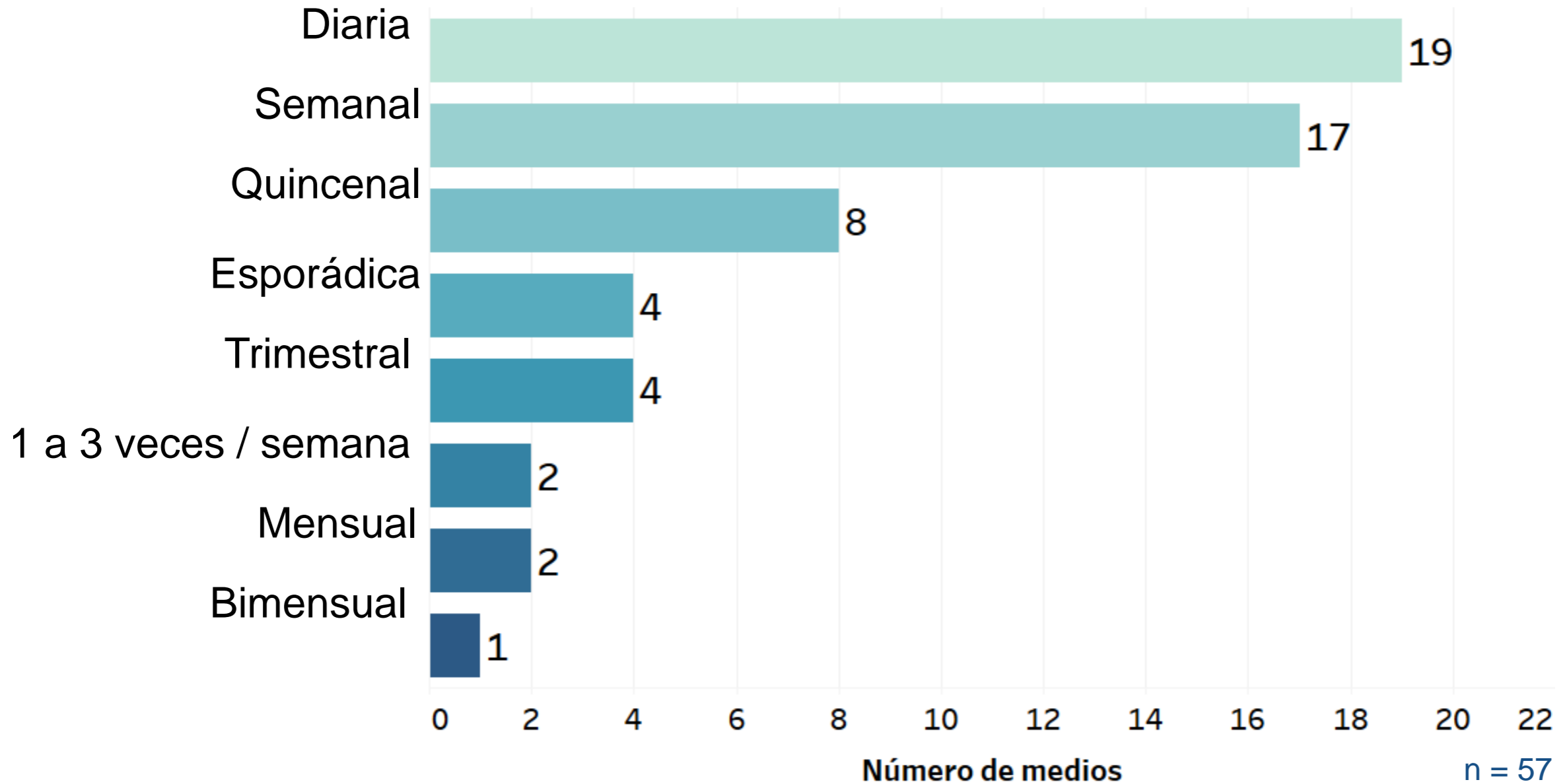
Caracterización

Medios audiovisuales



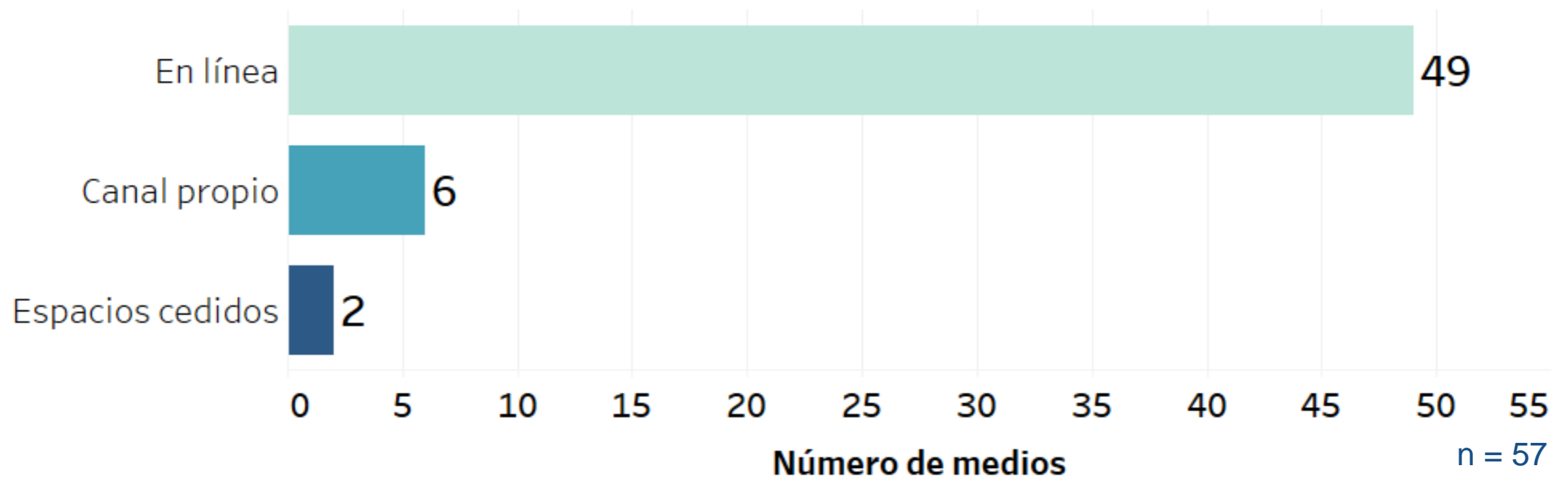
Medios audiovisuales - Frecuencia

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



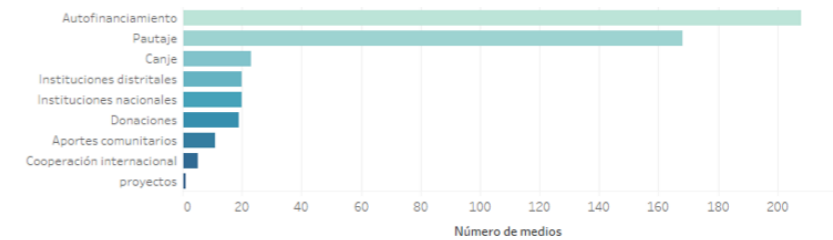
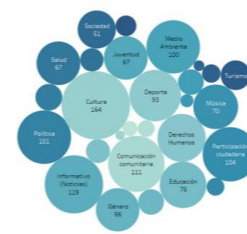
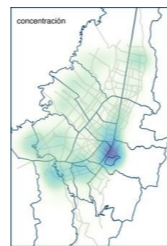
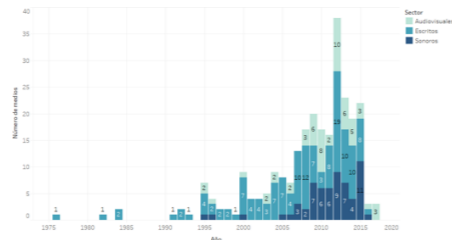
Medios audiovisuales - Plataforma

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



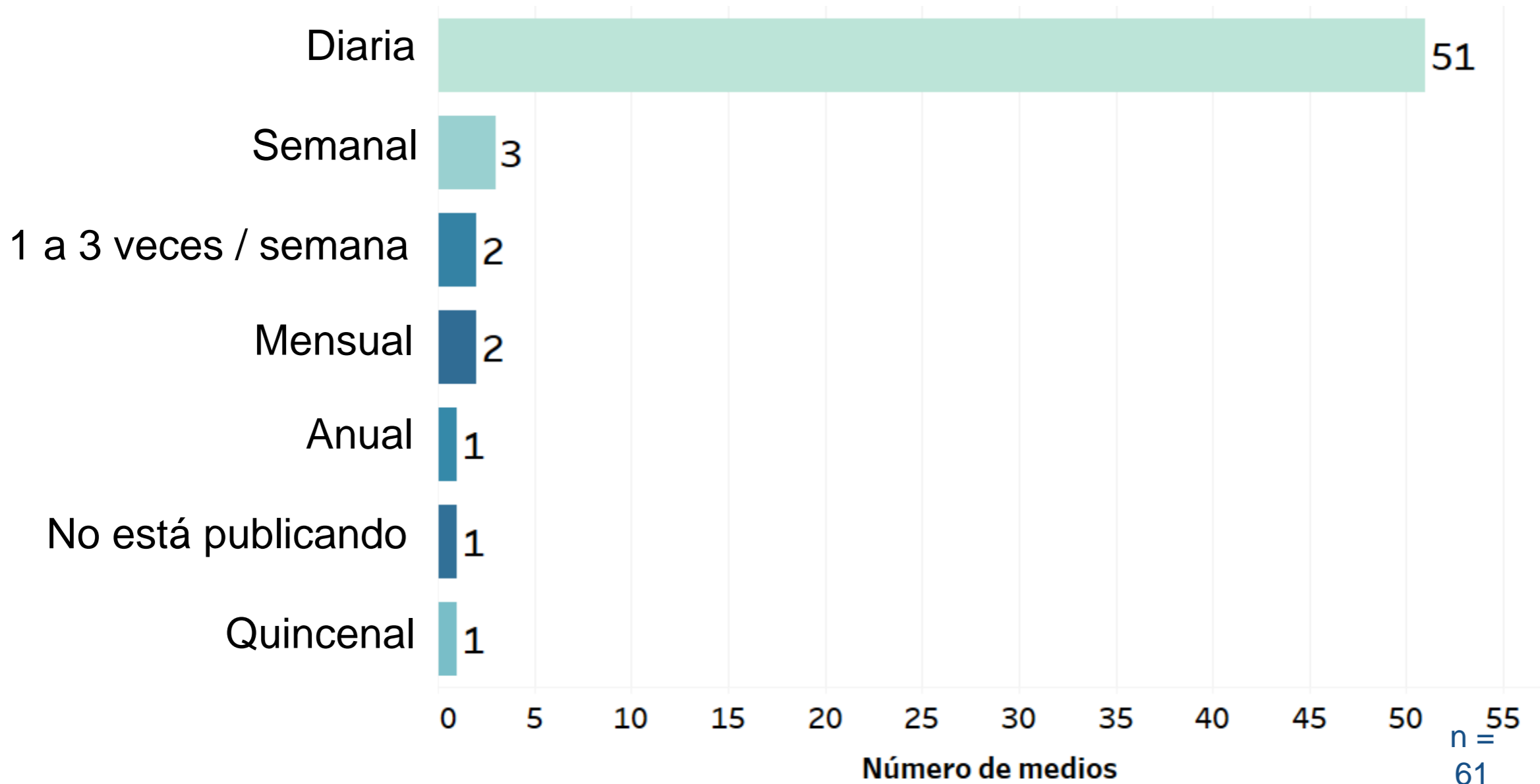
Caracterización

Medios sonoros



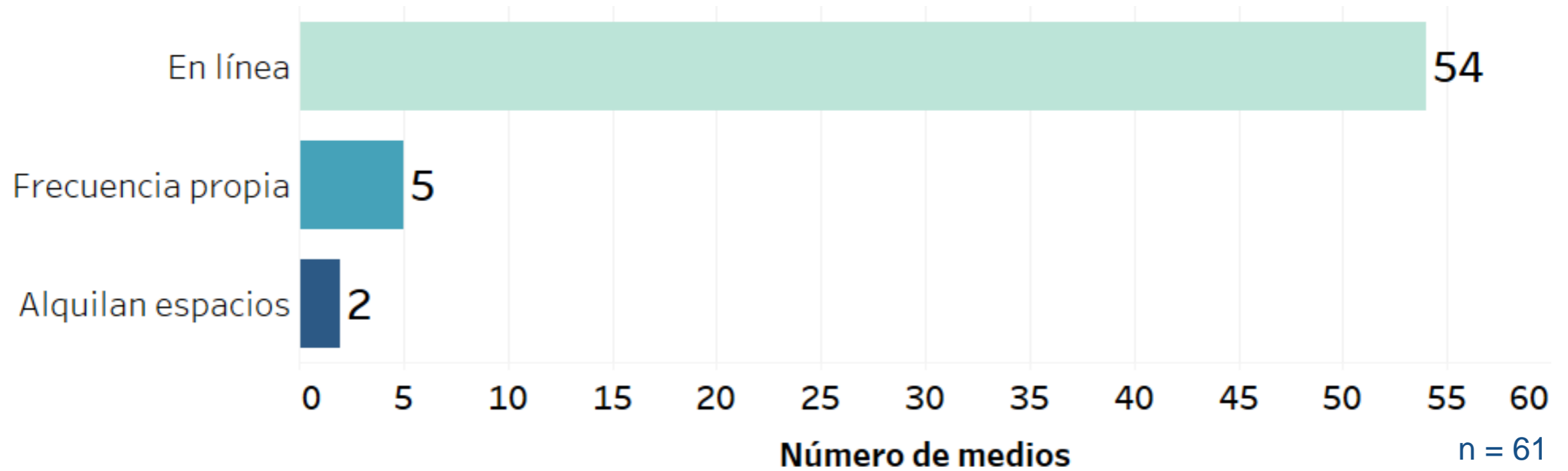
Medios sonoros - Frecuencia

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



Medios sonoros - Plataforma

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

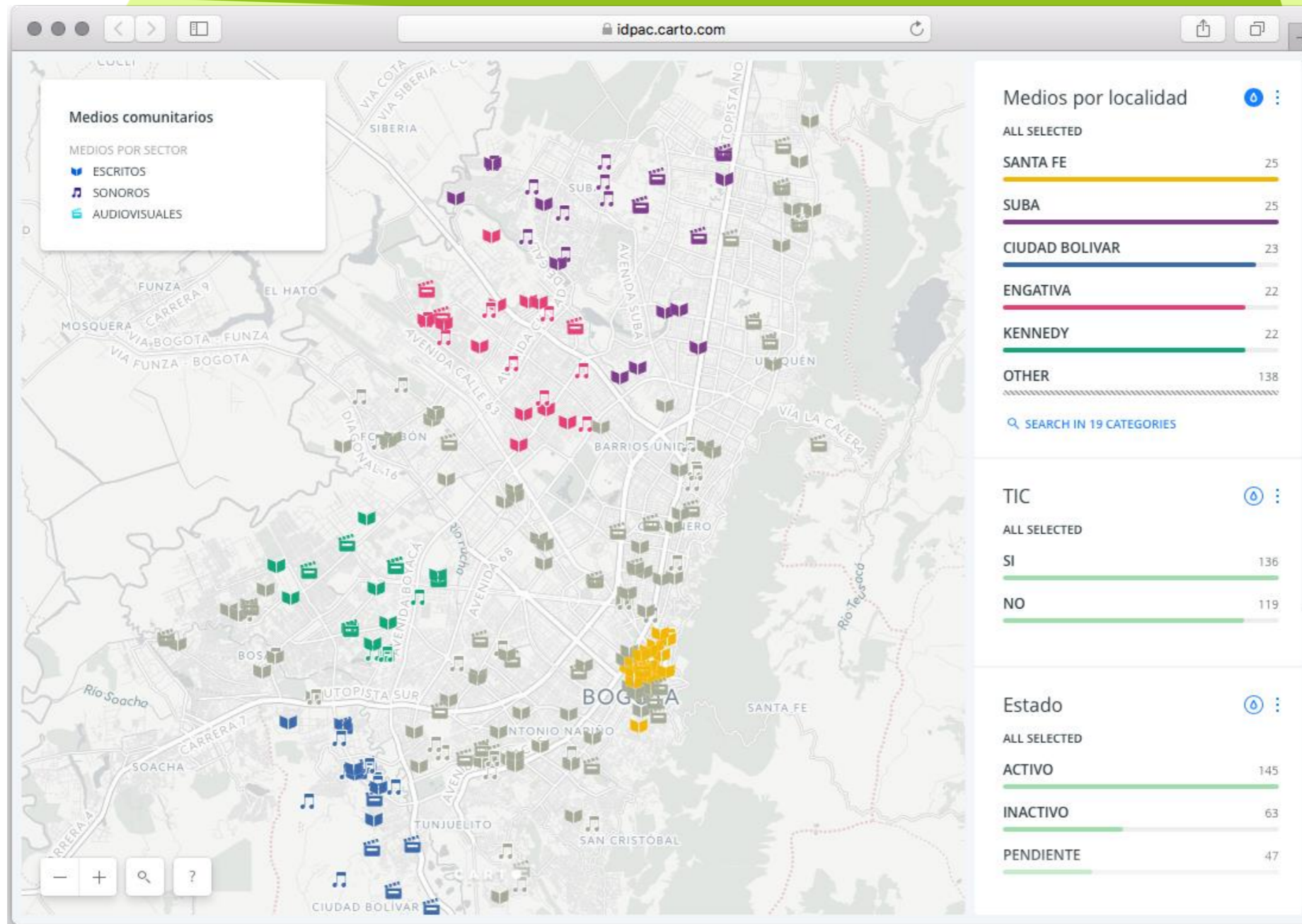


Georreferenciación

The image shows a workflow for georeferencing. At the top, a table lists various community media entities. The second row, with the address 'Calle 137C #95-81', is circled in red. A red arrow points from this cell to a map of Bogotá. On the map, a red circle highlights the specific location. Below the map, a box labeled 'Geocodificador Inteligente AI-Geocoder' is shown, with an arrow pointing to the map's location. The table below is a reproduction of the data shown in the screenshot.

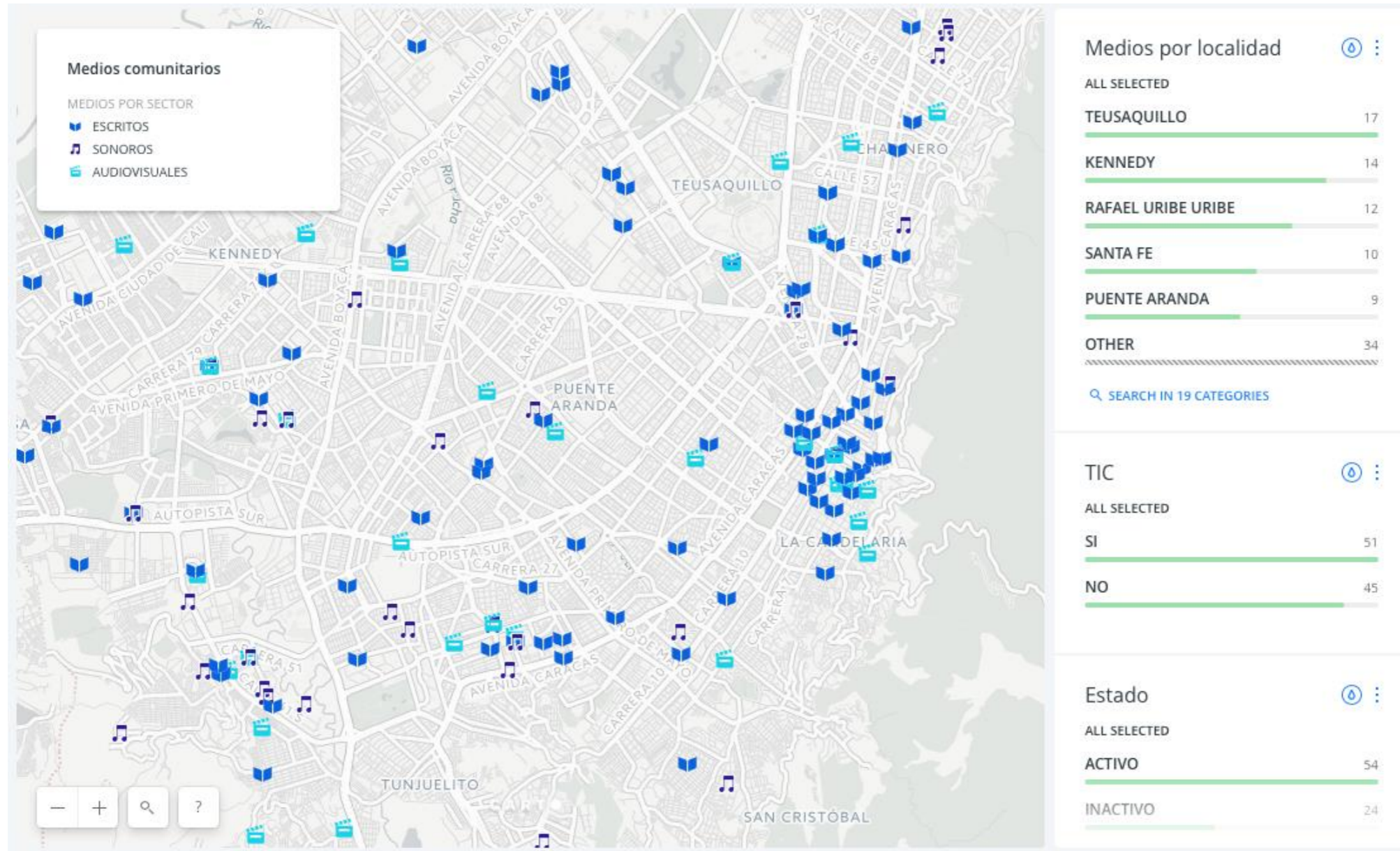
E_Med	Direc	Dir_Comp	Pto_Nom	Anho_Crea	Barrio	Localidad	Coder_Loc	Conat_Leg	Tipo_Org
radiofonos...	137C#95-81		Estación de Policía Sa...	2013	La Macarena	Santa Fe	Internacional	SI	Asociación
radiofonos...	Calle 137C #95-81		Humedal Juan Amalillo	2015	San Cayetano	Suba	Usoquín, Ec...	SI	Independiente
radiofonos...	137C#95-81		Humedal Tibabuyes	2013	Suba Alamos	Suba	Suba, Intern...	No	Independiente
radiofonos...	Calle 137C #95-81		Centro a la Cruz Rosa	2012	Bellavista No.	Engativá	Todos los an...	SI	Asociación
radiofonos...	Calle 137C #95-81		Fundación Cardichumil	2004	San Antonio	Usoquín	Usoquín, Ch...	SI	Independiente
radiofonos...	Calle 137C #95-81		Parque Ciudad Jardín	2007	Ciudad Jardín	Antonio Nariño	Internacional	SI	Independiente
radiofonos...	Calle 137C #95-81		Compasar	1986	Ciudad Jardín	Antonio Nariño	San Cristóba...	SI	Independiente
radiofonos...	Calle 137C #95-81		Escuela Dandá Nueva	2015	Dandá Nueva	Engativá	Nacional	SI	Independiente
radiofonos...	Calle 137C #95-81		Overpass Alamos	2015	La Florida	Engativá	Nacional	SI	Independiente
radiofonos...	Avenida Caracas #17-7503	Oficina 401	Puerto a estación de T...	2014	Rancharia	Los Mártires	Nacional, In...	No	Independiente
radiofonos...	Calle 137C #95-81		Centro Comercial Prim...	2013	Guinguá Cer...	Engativá	Engativá, In...	SI	Independiente
radiofonos...	Transversal 70 #91-475		Centro de la Alameda K...	2012	Los Pericholas	Kennedy	Chaparral, S...	SI	Empresa
radiofonos...	Transversal 70 #91-475		Centro de la Alameda e...	2012	Los Pericholas	Kennedy	Nacional, In...	SI	Organización
radiofonos...	Calle 137C #95-81		Centro a la Persepolis S...	2005	La Catedral	Pentecostés	Fundación	No	Colectivo

Georreferenciación



Mapa de medios en plataforma SIG

<https://idpac.carto.com/builder/d9faadd3-a774-4da3-a2aa-128f45f448dc/embed>



Caracterización y Georreferenciación de Medios Comunitarios y Alternativos en Bogotá



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



@BogotaParticipa



/ParticipacionBogota

www.participacionbogota.gov.co