



Ficha perfil de proyecto 2017

<b>I. IDENTIFICACIÓN Idea de proyecto o alternativa de solución.</b>	
<b>1. Comuna/Corregimiento</b>	Corregimiento 60- San Cristóbal
<b>2. Idea de proyecto o alternativa de solución.</b>	Fortalecimiento de los medios de comunicación escritos, visuales y virtuales con enfoque comunitario y de género y creación de un centro de producción audiovisual.
<b>3. Ubicación en el Plan de Desarrollo Local de la comuna o corregimiento.</b>	Línea 5: San Cristóbal recrea su identidad y diversidad cultural. Programa 5.3: San Cristóbal en comunicación con el mundo, la ciudad y su gente.
<b>4. Posición en el programa de ejecución.</b>	1
<b>5. Nombre del proyecto en el tarjetón</b>	Fortalecimiento de medios y procesos de comunicación comunitaria.
<b>6. Dependencia ejecutora.</b>	Secretaría de Comunicaciones.
<b>II. FORMULACIÓN de la Idea de proyecto o alternativa de solución.</b>	
<b>7. Descripción del problema central.</b>	Debilidad de los medios de comunicación existentes en el Corregimiento.
<b>8. Magnitud actual del problema existente (Línea base).</b>	Seis (6) medios y procesos de comunicación comunitarios, alternativos, ciudadanos e independientes existentes

<b>9. Causas del problema.</b>	<p>Debilidad en los procesos organizacionales. Desconocimiento de estrategias para autogestión. Ausencia de profesionalización de los integrantes de los medios. Desconocimiento del contexto del corregimiento. Débil acompañamiento por parte de instituciones públicas a los medios y procesos de comunicación. Poca participación de las mujeres en los procesos de comunicación del corregimiento.</p>
<b>10. Efectos del problema</b>	<p>Desarticulación de los medios y procesos del corregimiento. Desaparición de los medios. Ausencia de Plan de Acción de cada medio. Pérdida de la credibilidad de los medios. Desmotivación de los medios en la generación de procesos.</p>
<b>11. Población afectada.</b>	<p>Primaria: Integrantes de los medios. Secundaria: habitantes del corregimiento.</p>
<b>12. Población objetivo</b>	<p>1. Integrantes de los medios de comunicación. 2. Comunidad en general del Corregimiento.</p>
<b>13. Descripción de enfoques aplicados y cómo se evidencian (Si aplica).</b>	<p>Territorial y de género.</p>
<b>14. Localización de la alternativa.</b>	<p>Medellín, Antioquia, Occidente, Comuna 60</p>
<b>15. Características demográficas de la Población.</b>	<p>Hombres y Mujeres</p>

<p><b>16. Descripción de la alternativa.</b></p>	<p>Fortalecer los medios, procesos de comunicación comunitaria existentes (impresos, audiovisuales, radiofónicos, digitales, entre otros), con enfoque de género. Incluyendo acciones afirmativas.</p>
<p><b>17. Objetivo General.</b></p>	<p>Fortalecer los medios de comunicación existentes en el corregimiento de San Cristóbal con enfoque de género.</p>
<p><b>18. Objetivos Específicos.</b></p>	<p>Formar y profesionalizar a los integrantes de los medios. Realizar tomas barriales y veredales comunicacionales. Diseñar una estrategia de articulación de los medios y procesos de comunicación.</p>
<p><b>19. Productos.</b></p>	<p>1. Formación en autogestión, planes de mercadeo, planes de acción y de medios y profesionalización de los integrantes de los medios. 2. Tomas veredales y barriales comunicacionales. 3. Creación de una estrategia de articulación de los medios. 4. Producción de los medios de comunicación existentes en el corregimiento.</p>
<p><b>20. Acciones generales coherentes a los objetivos específicos</b></p>	<p>Realizar un diagnóstico sobre la existencia y estado de los medios de comunicación, con enfoque de género. Diseño de un plan de formación, capacitación y profesionalización, con enfoque de género. Elaborar una agenda de tomas veredales y barriales. Diseñar las tomas veredales y barriales. Definir estrategia y acciones para la articulación con enfoque de género. Implementar la estrategia de articulación diseñada, con enfoque de género. Acciones de apoyo a la producción de los medios de comunicación existentes.</p>

<b>21. Beneficios directos.</b>	Medios creados, fortalecidos, con circulación y vigentes de manera permanente, articulados entre ellos. Integrantes de los medios de comunicación motivados y produciendo contenidos de manera constante.
<b>22. Costeo General de la alternativa.</b>	300 millones
<b>III.OBSERVACIONES</b>	
NA	