

**ALCALDÍA DE MEDELLÍN
DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIONES**

**RED DE MEDIOS ALTERNATIVOS Y COMUNITARIOS
DE MEDELLÍN**

REDECOM

**JORNADA DE PLANEACION ESTRATEGIA
Julio 1, 2 y 3 de 2006. Girardota (Antioquia)**

Moderado por: Jhon Hélber Rodríguez
Subdirección de Comunicaciones.

Participantes:
Comité de Impulso Red de Medios.
Delegados y delegadas encuentros zonales y corregimental de Medios
Alternativos y comunitarios.

1. Agenda del Encuentro.

Día 1.

8:00 a.m. Salida IDEA.

9:00 a.m. Llegada Posada San Sebastián.

10:00 a.m. Desayuno.

10:30 a.m./12:30 m. **Bloque 1. Encuadre.**

Socialización de objetivos del encuentro, presentación de las y los participantes, agenda de trabajo, acuerdos para el trabajo, expectativas y dudas.

12:30 Almuerzo.

2:00 pm/ 4:30 pm. **Bloque 2. Contexto.**

Los medios de comunicación en Colombia.

La comunicación para el desarrollo.

Refrigerio

4:45pm/ 6:45 pm. **Bloque 3. La Comunicación Alternativa.**

¿Qué es la comunicación alternativa?

¿Cuál es el papel de la comunicación alternativa?

¿Somos medios alternativos, comunitarios o ciudadanos?

Bloque 4. Las Redes de Comunicación.

Análisis de algunas redes sociales de comunicación. ALAI, ALER.

La Campaña CRIS.

Comvite.

Bloque 5. Estructura Organizativa de la Red.

¿Cuál es la forma en que debemos funcionar como red?

- miembros, estructura de funcionamiento, nodos territorial y temático.

Bloque 6. Diagnóstico de la Red de Medios.

Matriz DOFA. Debilidades, Oportunidades. Fortalezas, Amenazas.

Bloque 7. Planeación Estratégica.

Misión, Visión y Principios. Objetivos a 3 años.

Líneas de acción, productos o servicios.

Bloque 8. Planeación Operativa.

Definición de las principales actividades a realizar por servicio, con sus responsables, fechas, recursos.

Bloque 9. Agenda, acuerdos y conclusiones del trabajo.

Evaluación.

2. Desarrollo de los Contenidos.

2.1. Bloque 1. Encuadre.

Socialización de objetivos del encuentro, presentación de las y los participantes, agenda de trabajo, acuerdos para el trabajo, expectativas y dudas.

Objetivos del encuentro

Objetivo General

Construir de manera conjunta la Planeación Estratégica de la Red de Medios Alternativos de Medellín. Misión, Visión y Objetivos a 3 años.

Objetivos Específicos

- Definir la estructura organizativa de la red de medios (organigrama)
- Construir la planeación operativa de por lo menos una de las áreas, servicios o estrategias de la red para el segundo semestre de 2006.
- Realizar consensos frente a los conceptos de red y comunicación alternativa.

TALLER # 1

La primera actividad que se realizó fue sobre expectativas y temores de la jornada de trabajo, para evaluar resultados finalizando el encuentro.

Esta actividad se desarrolló mediante la metodología de fichas de visualización y estos fueron los resultados:

Expectativas	Temores
Aprender más de comunicación	Que el plan no funcione
Visualizar la cultura del barrio a través del medio	Ejecutar el presupuesto y no trascender más
Que se realiza en la ciudad sobre comunicación	Que la red no avance
Aprender de las experiencias de los otros	No tener el apoyo de la red
Resolver dudas sobre el conocimiento de lo que es una red	Que no se unifiquen criterios a pesar de la diversidad
Crear una red que integre a la comunidad	Que no nos entendamos
Conocer las diferentes formas de comunicación de las distintas zonas de la ciudad.	Falta de transparencia y voluntad
Conocer experiencias detalladamente y hacer un intercambio de ideas y relaciones.	Que no exista un compromiso real

Conocer experiencias individuales para integrar la red	Que no se cumplan las expectativas
Fortalecimiento de la red	Que se presenten malos entendidos
Acordar quehaceres para la red	Que el proceso sea manipulado
Generar nuevos hábitos sociales, culturales	Perder el enfoque
Parir la red	No mantener la comunicación con los miembros de la jornada para sacar nuevos proyectos adelante
Que todo se ponga al servicio de la comunidad	Que no salgan nuevos proyectos
Concretar	El apoyo de los demás
Propuestas de medios alternativos	Poco conocimiento del grupo y temas a tratar
Articular a los canales comunitarios	
Consolidación de la red	
Que todos aporten ideas	
Tener un plan	

Para la participación y trabajo del grupo durante los 3 días se elaboraron los siguientes acuerdos:

Acuerdos de trabajo
Nadie lo sabe todo, todos y todas sabemos algo.
No juzgarnos
Asumir la responsabilidad de aprender
Menos es más
Iniciativa: que la redecom carnetice a las personas que asisten a las jornadas.

2.2. Bloque 2. Contexto.

Los medios de comunicación en Colombia.
La comunicación para el desarrollo.

A continuación se muestra el contexto histórico de los medios de comunicación tradicionales (**esta presentación aparece como un archivo adjunto en las memorias “Los medios en Colombia”**)

Después de esta presentación algunas personas dan cuenta de su punto de vista al respecto, con las siguientes ideas:

- Los grupos económicos seguirán exponiendo sus verdades a medias, sus intereses de clase. Por eso la comunicación alternativa debe ser la opción para generar nuevos ambientes de medios comunitarios, y de inclusión de las comunidades en pro del desarrollo de la sociedad, de encontrar la identidad y así prestar un servicio a la comunidad.
- El proponer los espacios para que los medios alternativos dejen de estar a merced de lo que los monopolios de la información ofrecen y presentar una mirada diferente de las realidades locales.
- La autonomía que debe tener la red.
- La constitución de la red como una entidad sólida, para ser sostenibles y luego sustentables en el futuro.
- Cómo puede lograrse el fortalecimiento de la red en el futuro.
- Se debe aprovechar la ayuda municipal para así fortalecerse como red previendo la ausencia del apoyo del estado, siendo autosostenibles.

2.3. Bloque 3. La Comunicación Alternativa.

¿Qué es la comunicación alternativa?

¿Cuál es el papel de la comunicación alternativa?

¿Somos medios alternativos, comunitarios o ciudadanos?

TALLER # 2

Se realizó una lectura de documentos acerca de la comunicación alternativa. Para realizar el trabajo el grupo se enumeró del 1 al 5 y conformaron equipos de trabajo. Posteriormente se realizó una plenaria con los resultados del trabajo. Estos fueron los planteamientos de cada equipo.

Grupo 1.

¿Cuál es el papel de la comunicación alternativa?

- Establecer contactos efectivos con la comunidad desde sus actividades cotidianas
- Intercambio de criterios sobre las temáticas que abordan lo social
- Construcción de un lenguaje que pueda facilitar la información participativa a sus legítimos dueños, retroalimentación

Grupo 2

Características de los medios alternativos

- participativos
- independientes
- con líneas ideológicas definidas
- con modelos propios de trabajo
- democratizan el acceso a la producción de información
- menores costos de producción que los medios masivos
- espacios para quienes no caben en los medios masivos
- trabajan sin ánimo de lucro

- no pueden condicionarse por los intereses económicos, partidistas o institucionales

Grupo 3

Diferencias entre medios alternativos y comerciales

Alternativos

- manejan lo particular
- profundizan
- intereses colectivos
- aprovechamiento de los medios electrónicos
- enlaza la comunidad con el poder

Comerciales

- manejan lo global
- son superficiales
- intereses particulares
- los medios electrónicos son estrategias de fortalecimiento
- manipulación de la información en el afán de tener el poder

Grupo 4

Comunicación alternativa, ¿Para qué sirve?

- Crea imaginarios, escenarios, conciencia, con diversos enfoques.
- Desarrollo y transmisión de la cultura.
- Diversidad de expresión
- Sensibilizar sobre el desarrollo social desde una óptica plural, pacífica y diferente, “desarrollo sustentable”.
- Crea canales desde lo privado hacia lo público.
- Formar y movilizar, “abrir los ojos”

Grupo 5

Comunicación alternativa, ¿Qué es?

- Diferenciar la comunicación alternativa de la tradicional
- La comunicación alternativa y sus medios para apostar a la formación de la comunidad.
- La conciencia colectiva de los medios alternativos
- La responsabilidad e investigación de lo que sale a la luz pública

La discusión sobre la conceptualización frente a los términos usados en la red sobre si es una red de medios ciudadanos, comunitarios o alternativos no se realizó. Sin embargo se hizo entrega de un documento al respecto.

2.4. Bloque 4. Las Redes de Comunicación.

Análisis de algunas redes sociales de comunicación. ALAI, ALER.
La Campaña CRIS.
Comvite.

TALLER # 3

Se realizó una lectura de documentos acerca de redes, cada grupo de lectura hizo un listado sobre la estructura y miembros de la red. Se socializó la actividad y los resultados fueron los siguientes:

PUNTOS DE ENCUENTRO EN LA ESTRUCTURA DE LA RED

1. Que exista un comité administrativo o nodo central.
2. Deben nombrarse representantes por grupos de medios, organizados en comités.
3. Debe haber grupos de trabajo base a nivel corregimental y comunal, denominados como subnodos.
4. Debe existir una secretaría técnica o logística rotativa entre los miembros del nodo central.
5. Que existan comités de trabajo.

PUNTOS DE ENCUENTRO SOBRE MIEMBROS DE LA RED

1. Medios de organizaciones sociales y comunitarias.
2. Medios de comunicación alternativos.
3. Medios de interés social y sin ánimo de lucro, entre otros centros de producción audiovisual.
4. Medios de Instituciones Educativas.
5. Medios formativos.

Estos medios deben compartir los principios y objetivos de la red.

Qué medios no formarían parte de la red:

- Medios corporativos o institucionales.
- Medios de comunicación con fines netamente comerciales.

Luego de esta actividad se dio a conocer lo que esta realizando COMVITE:

2.4.1. COMUNICACIÓN VIDA Y TERRITORIO (COMVITE)

Proyecto de fortalecimiento de los medios locales de comunicación por la equidad y la vida. En la actualidad hay 400 medios locales en Antioquia

PROPOSITO

Fortalecer las capacidades conceptuales administrativas, técnicas de producción en los medios locales de comunicación, para que esos mensajes impacten y

convoquen a las poblaciones sobre las cuales inciden, alrededor de propósitos colectivos.

CRITERIOS DE OPERACIÓN

- Evitar falsas expectativas
- Trabajar por un propósito colectivo
- Asumir la red como instrumento
- Aprender haciendo
- Estimular la producción de conocimiento y de materiales propios.
- Trabajar con los medios
- Promover la cooperación

Caracterización de los medios

Problemas y necesidades:

Carácter interno

Recursos

Relacionarse con otros

Intereses y expectativas:

Fortalecimiento y sostenibilidad

Posicionamiento en las comunidades

Trabajo en red.

FORTALEZAS DE LOS MEDIOS

- Son actores del desarrollo local y regional
- Permiten a las comunidades verse, escucharse, leerse, expresarse
- Convocan alrededor de propósitos colectivos
- Promueven el ejercicio del derecho a la información
- Tramitan sentidos y fortalecen la identidad colectiva

COMPONENTES

1. asesoría: formulación de proyectos, construcciones de redes.
2. operación de redes de medios: conformación de nodos y relaciones.
3. operación de red institucional de apoyo: gestión institucional, transferencia de conocimientos apoyar y darle credibilidad a las redes que se creen.
4. información y comunicación: publicaciones, sitios web, base de datos, sistematización del proceso con miras a la sostenibilidad es bueno que quede documentada la metodología de trabajo.

APUNTES SOBRE REDES

Son procesos alrededor de propósitos compartidos, no se constituyen por decreto. Son espacios dinámicos y flexibles de intercambio.

PROCESOS DE RED EN ANTIOQUIA

Bajo Cauca

Asociación de Comunicadores de Caucasia

Oriente

Asociación de emisoras en red

Suroeste

Corporación de asociaciones de comunicación comunitaria - ECOSURA

Asociación de comunicadores comunitarios.

VICIOS DE LAS REDES

- burocratización
- exclusión
- poca representatividad
- centralización de la información y el poder

Mas información al respecto puede consultarse en:

<http://comvite.udea.edu.co>

2.4.2. Luego se hizo la presentación de la campaña CRIS cuyos componentes aparecen a continuación. (El complemento en presentación de power point se presenta como archivo adjunto de las memorias)

CRIS. Campaña por los Derechos de la Comunicación en la Sociedad de la Información.

La Campaña por los Derechos de la Comunicación en la Sociedad de la Información (CRIS, por sus siglas en inglés) fue lanzada en noviembre de 2001 por la Plataforma por los Derechos de la Comunicación, un grupo que aglutina a ONG´s internacionales con actividades en medios y comunicación.

CRIS busca articular a la mayor cantidad posible de actores de la sociedad civil alrededor de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI). Para CRIS, la Cumbre es un medio, no un objetivo en sí, ya que los temas que se enfrentan son mucho más abarcativos que el alcance de la cumbre, pero ésta ofrece un punto de partida prometedor.

La Misión de CRIS

Su misión es lograr que la Cumbre incluya a la sociedad civil como contraparte en el proceso de preparación y realización del evento, y lograr que se conciba la discusión sobre la sociedad de la información desde la perspectiva de la construcción de un mundo mejor.

Nuestra visión de la "Sociedad de la Información" está fundada en el Derecho a la Comunicación, como medio para afianzar los derechos humanos y fortalecer la vida social, económica y cultural de la gente y de las comunidades.

Para llevar a cabo esto, es crucial que las organizaciones de la sociedad civil se encuentren y ayuden a construir una Sociedad de la Información basada en principios de transparencia, diversidad, participación y justicia social y económica, e inspirada por la equidad entre los géneros y entre las diversas perspectivas culturales y regionales.

La Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información nos brinda un foro importante para promover este objetivo. Apuntamos a ampliar la agenda y los objetivos de la Cumbre, especialmente con relación a los temas de medios y de comunicación. Además, buscamos incentivar la participación de un amplio espectro de grupos de la sociedad civil en este proceso.

Temas y acciones de CRIS

Poner los derechos humanos al centro de una sociedad de la información significa abordar una serie de áreas. CRIS enfoca temáticas que pueden afectar directamente las vidas de las personas, como:

- Fortalecer el dominio público, asegurando que la información y conocimiento estén disponibles para el desarrollo humano y no controlado por manos privadas.
- Asegurar el acceso y uso efectivo de redes electrónicas en un entorno de desarrollo, por ejemplo, mediante la regulación sólida e innovadora de la inversión pública.
- Asegurar y extender los bienes colectivos globales, tanto para difusión como para telecomunicaciones, con el objeto de asegurar que estos recursos públicos no sean vendidos con fines privados.
- Institucionalizar el manejo democrático y transparente de la sociedad de la información en todos los niveles, desde lo local hasta lo global.
- Parar la vigilancia y la censura gubernamental o comercial.
- Apoyar medios comunitarios y centrados en las personas, tanto tradicionales como nuevos.

CRIS crea un espacio centrado en la sociedad civil para reflexionar, construir redes y actuar sobre la sociedad de información mediante tres estrategias de acción:

- Generar conciencia, educar y estimular el debate sobre aspectos claves de la sociedad de la información y respecto a temas como derechos humanos y desarrollo.
- Facilitar y estimular la movilización de la sociedad civil alrededor de estos temas, y actuar en una diversidad de foros en distintos niveles.
- Elaborar, consultar y afinar posiciones de la sociedad civil con relación a la Cumbre y abogar por su implementación.
- En términos prácticos, esto incluye producir documentos y recursos interactivos para internet, participar en seminarios, compartir información, cabildear y abogar.

¿Qué puede hacer usted?

CRIS es una campaña abierta que aglutina grupos y activistas. Es organizada alrededor de grupos de trabajo, con grupos de discusión sobre temas específicos y capítulos nacionales y regionales que apoyan actividades locales.

Para participar, puede mandar un correo electrónico a [**act@crisinfo.org**](mailto:act@crisinfo.org) o revisar las páginas web:

[**www.crisinfo.org/home_es.htm**](http://www.crisinfo.org/home_es.htm) [En español]

[**www.crisinfo.org**](http://www.crisinfo.org) [En inglés]

También, se puede inscribir en CRISAL, la lista de interés de CRIS en español, [**crisal@comunica.org**](mailto:crisal@comunica.org),

[**www.comunica.org/mailman/listinfo/crisal_comunica.org**](http://www.comunica.org/mailman/listinfo/crisal_comunica.org)

O consulte la lista de interés de la campaña global, [**crisinfo@comunica.org**](mailto:crisinfo@comunica.org), [**http://www.comunica.org/mailman/listinfo/crisinfo_comunica.org**](http://www.comunica.org/mailman/listinfo/crisinfo_comunica.org)

Otros sitios de interés

MONITOR POLÍTICAS TIC Y DERECHOS EN INTERNET EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE <http://lac.derechos.apc.org/>

2.5. Estructura Organizativa de la Red.

¿Cuál es la forma en que debemos funcionar como red?

- miembros, estructura de funcionamiento, nodos territorial y temático.

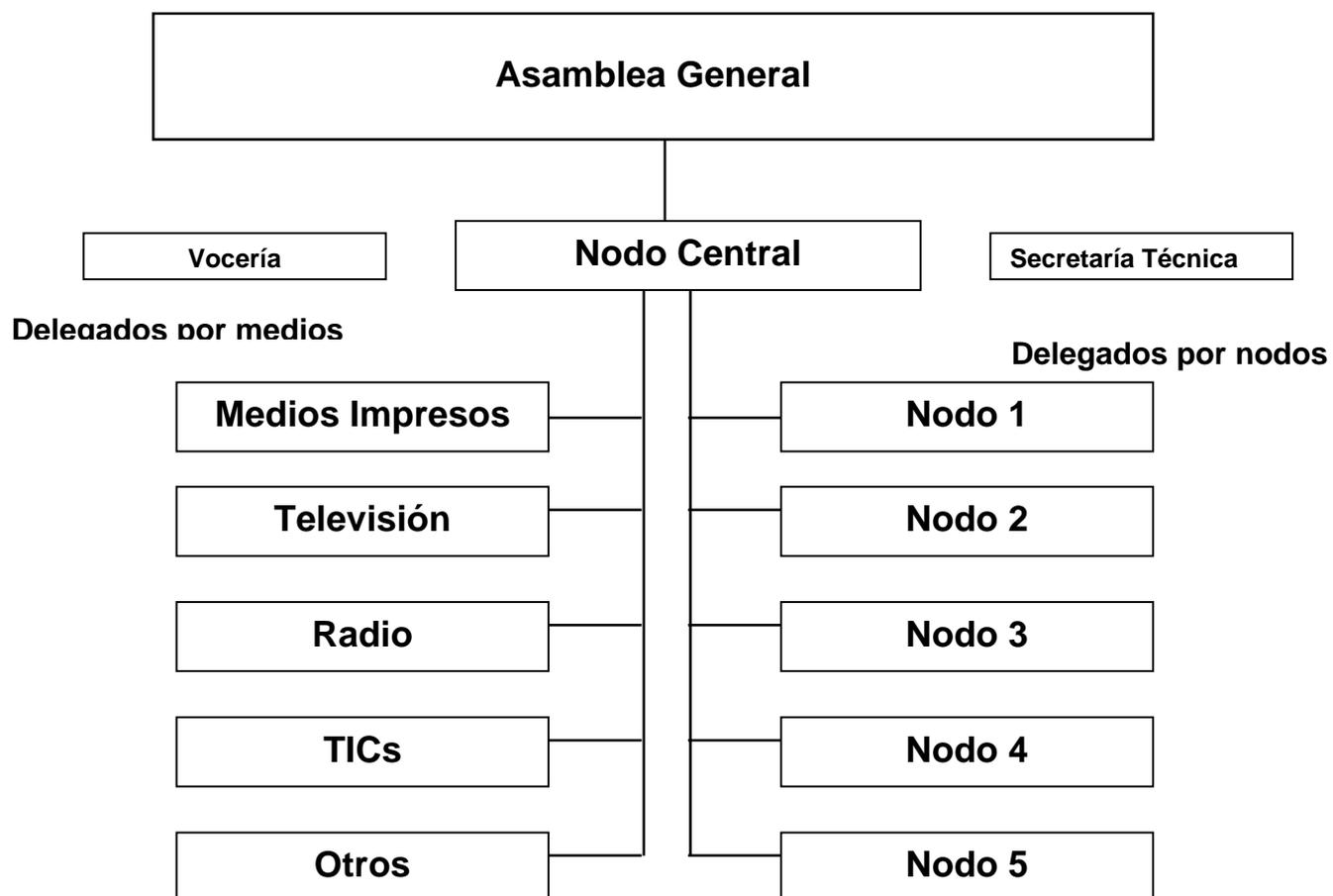
Los puntos sobre quienes deben ser los miembros de la red fue resuelto en el ejercicio anterior. Para la construcción de la propuesta de organigrama el grupo se dividió nuevamente en subgrupos y elaboraron sus acuerdos. El organigrama presentado contiene los elementos comunes y puntos de encuentro planteados por los diferentes equipos.

PUNTOS DE ENCUENTRO EN LA ESTRUCTURA DE LA RED

6. Que exista un comité administrativo o nodo central.
7. Deben nombrarse representantes por grupos de medios, organizados en comités.
8. Debe haber grupos de trabajo base a nivel corregimental y comunal, denominados como subnodos.
9. Debe existir una secretaría técnica o logística rotativa entre los miembros del nodo central.
10. Que existan comités de trabajo.

Retomando los criterios presentados para el organigrama esta es la propuesta de organigrama para la red.

**ORGANIGRAMA
RED DE MEDIOS ALTERNATIVOS Y COMUNITARIOS**



2.6. Bloque 6. Diagnóstico de la Red de Medios.

Matriz DOFA. Debilidades, Oportunidades. Fortalezas, Amenazas.

TALLER # 8

Se realizó un taller para complementar la matriz DOFA que aparece en el diagnóstico realizado sobre medios alternativos en la ciudad de Medellín y este fue el proceso del taller:

GRUPO 1

DEBILIDADES

- Falta de sedes en donde opera el medio
- Falta capacitación en comunicación y administración de empresas de comunicación
- Faltan estrategias de gestión y mercadeo

FORTALEZAS

- Promotores de medios alternativos con nivel educativo, universitario y técnico
- El trabajo voluntario y la disposición de los promotores de medios alternativos para interactuar con las comunidades
- El conocimiento de los integrantes de los medios de los sectores donde actúan

OPORTUNIDADES

- Vender servicios de producción a terceros
- Los medios alternativos son más tenidos en cuenta por la comunidad y el estado por desarrollar procesos de tejido social
- Articular los procesos de los medios en red para generar mayor impacto en la comunidad

AMENAZAS

- Altos costos de producción de los medios
- Disputas entre líderes de la comunidad y los medios
- La normatividad vigente es poco conocida y desventajosa

GRUPO 2

DEBILIDADES

- Falta evaluación del impacto del medio en general

- Falta de continuidad en los medios
- Poco conocimiento de los distintos medios de comunicación que funcionan en la ciudad

FORTALEZAS

- Credibilidad ante la comunidad
- Disponibilidad del recurso humano
- Llegar a las bases de las comunidades

OPORTUNIDADES

- Apoyo de entidades cooperantes
- Ampliar la cobertura de receptores
- Ser más competitivos con los productos

AMENAZAS

- La legislación colombiana
- Disputa por el poder
- Altos costos de producción y emisión

GRUPO 3

DEBILIDADES

- Falta de recursos financieros, falta de capacitación
- Poca continuidad del personal
- Falta de compromiso de algunas instituciones
- Mala difusión de los impresos

FORTALEZAS

- El trabajo voluntario
- Promotores con nivel educativo superior
- Legalidad de los medios
- Legitimidad de los medios

OPORTUNIDADES

- Presupuesto participativo
- Convocar a practicantes universitarios
- Vender servicios de producción a terceros
- Crecer en términos de cobertura

AMENAZAS

Disputas entre líderes por el poder en los medios
Censura y persecución política
Altos costos de producción

GRUPO 4

DEBILIDADES

- Falta de claridad en su razón de ser
- Falta de continuidad y motivación interna por el profesionalismo del trabajo
- Falta de dinero y capacitación

FORTALEZAS

- Optimismo de los medios a pesar de las dificultades
- Tiempo y voluntad para dedicárselos
- Nuestro trabajo es de y para la comunidad

OPORTUNIDADES

- Resaltar las actividades cotidianas en el medio, la comunidad y las organizaciones
- Aportar al desarrollo de la ciudad
- Convocar a practicantes de la universidad para que se le de profesionalismo al medio

AMENAZAS

- Disputa entre líderes y medios de la misma comunidad
- Se nos olvida el norte comunitario
- Influencia de los grandes medios

GRUPO 5

DEBILIDADES

- Falta de recursos financieros
- Falta de estructura organizativa definida
- Falta de capacitación y formación del recurso humano

FORTALEZAS

- Quienes integran los medios conocen sus comunidades
- La mayoría son medios incluyentes

- Enfoque comunitario de medios

OPORTUNIDADES

- Apoyo del gobierno local y nacional a estos medios
- Aprovechar los recursos financieros locales, nacionales e internacionales
- Gestionar políticas públicas a favor de los medios alternativos

AMENAZAS

- Exceso de dependencia financiera de los medios con el estado
- Egoísmo, deslealtad, falta de solidaridad en los medios en la misma comunidad
- Censura y persecución política en los medios.

TALLER # 9

El siguiente taller se realizó bajo la modalidad de árbol de problemas para aclarar causas y efectos sobre problemas de los medios alternativos en Medellín, se presentaron así:

- Falta de sedes
- Falta de capacitación y formación del recurso humano
- **Falta de estrategias de gestión y mercadeo**
- Falta evaluación de impacto del medio en general
- Falta continuidad de los medios y su personal
- Poco conocimiento de los medios que funcionan en la ciudad
- Falta de recursos financieros
- Falta de compromiso de algunas instituciones
- Mala difusión de los medios
- **Falta de claridad en su razón de ser**
- Falta motivación para el trabajo
- Falta de estructura organizativa
- Falta de legalización de los medios
- Políticas públicas desfavorables
- Poca profundidad en los temas abordados

Para convertir los problemas en objetivos se tomaron como punto de partida los 2 problemas principales de los medios (en negrilla), para continuar con la actividad propuesta

Grupo 1

PROBLEMA CENTRAL

Falta de estrategias de gestión y mercadeo

CAUSAS

- Falta de organización y planeación
- Falta de formación y capacitación
- Apadrinamiento que adormece
- Falta de investigación (segmentar el público)
- Falta de equipo de trabajo con funciones definidas
- Falta de conciencia empresarial en los medios
- Falta de claridad en su razón de ser

EFFECTOS

- No se alcanza el punto de equilibrio para ser sostenibles
- Falta de continuidad
- Desinterés de los anunciantes
- Escasez de recursos financieros
- Débil posicionamiento del medio alternativo
- Desaparecer

GRUPO 2

PROBLEMA CENTRAL

Falta de claridad en su razón de ser

CAUSAS

- Perfil inadecuado de los roles de producción y administración
- Intereses particulares en su orientación
- Falta valorar el papel social de la comunicación
- Capacitación y formación en comunicación
- Medios de comunicación considerados como fines
- Falta de planeación estratégica

EFFECTOS

- No hay claridad en los roles
- Falta de empoderamiento
- Medios sin agenda temática
- Falta de profundidad en los medios
- Falta continuidad y compromiso (pertenencia)
- Disputas entre los miembros del medio
- Vulnerabilidad a intereses y vaivenes políticos

- Descontextualización de los contenidos
- Falta investigación
- Genera conflicto en la comunidad
- No cumplimiento de los objetivos
- Comunidad no legitima el medio

2.7. Bloque 7. Planeación Estratégica.

Misión, Visión y Principios. Objetivos a 3 años.

Líneas de acción, productos o servicios.

TALLER # 6

Para una primera propuesta de Misión de la red se realizó un taller en donde cada grupo asignado expuso su propuesta. Las definiciones de cada grupo fueron las siguientes:

Grupo 1

Posibilitar el desarrollo social de de los habitantes de la ciudad de Medellín, mediante el fortalecimiento de los medios de comunicación alternativos y comunitarios.

Grupo 2

Articular procesos y medios alternativos de comunicación en la ciudad de Medellín, con el fin de lograr la permanencia y calidad de estos, y que contribuyan al desarrollo de sus comunidades.

Grupo 3

Agrupar medios y procesos de comunicación alternativos comunitarios, que incidan a través de sus acciones en políticas públicas de comunicación en el desarrollo social y la convivencia ciudadana.

Grupo 4

Promover políticas comunicacionales con ética y calidad, mediante interacciones conducentes al fortalecimiento global y particular de los medios alternativos del municipio de Medellín, para una mejor proyección social, que genere tejido humano.

Grupo 5

La red de medios alternativos y comunitarios de Medellín, defenderá el derecho a la información y buscará el fortalecimiento de sus miembros a través del intercambio de experiencias que destaquen el quehacer ciudadano y propicien la información y formación de los mismos, promoviendo el desarrollo equitativo de las comunidades de las comunidades voluntarias.

Grupo 6

La red de medios alternativos y comunitarios tiene como visión generar el empoderamiento de los medios de comunicación alternativos a través de la conformación de la opinión pública y la creación de cultura ciudadana.

Luego se designó una comisión integrada por un miembro de cada grupo para agrupar las diferentes propuestas en una y este fue el resultado:

MISION

ARTICULAR LOS MEDIOS Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS Y COMUNITARIOS DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN, A TRAVÉS DEL INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS Y LA DEFENSA DEL DERECHO A LA INFORMACIÓN CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO SOCIAL Y LA CONVIVENCIA CIUDADANA.

TALLER # 7

Bajo la misma modalidad que el taller anterior se realizó una propuesta de visión de la red y este fue el resultado:

Equipo 1

Redecom en el 2016 será una red de medios y procesos alternativos comunitarios fortalecidos, interactuantes con compromiso social, que han posicionado la comunicación alternativa comunitaria como un factor del desarrollo sostenible de la ciudad de Medellín.

Equipo 2

En el 2011 redecom será una organización sólida por su estructura que permita trascender la cultura local a través de la interrelación entre los medios de comunicación y gubernamentales logrando el progreso de sus integrantes.

Equipo 3

En el año 2016 redecom será una organización posicionada a nivel nacional, por promover la articulación de los medios alternativos y comunitarios del país y por ser garante de la defensa de los derechos de la comunicación.

Equipo 4

En el año 2016, la red de medios alternativos y comunitarios de Medellín – redecom- será un modelo a nivel nacional, con legitimidad ciudadana como centro de apoyo de sus asociados que asegure el pleno derecho a la información en forma veraz e independiente para lograr el desarrollo social y la convivencia ciudadana.

Luego se designó una comisión integrada por un miembro de cada grupo para agrupar las diferentes propuestas en una y este fue el resultado:

VISION

EN EL AÑO 2016 REDECOM SERÁ UNA ORGANIZACIÓN POSICIONADA EN EL MUNICIPIO DE MEDELLÍN, COMO UNA RED DE MEDIOS ALTERNATIVOS Y COMUNITARIOS FORTALECIDOS, INTERACTUANTES Y CON COMPROMISO SOCIAL, SIENDO GARANTE DE LA DEFENSA DE LOS DERECHOS A LA INFORMACION Y A LA COMUNICACIÓN, COMO FACTORES DEL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA CIUDADANÍA.

2.8. Bloque 8. Planeación Operativa.

Definición de las principales actividades a realizar por servicio, con sus responsables, fechas, recursos.

TALLER # 4

El siguiente taller se realizó como una puesta en común sobre ideas acerca del siguiente interrogante:

¿PARA QUÉ QUIERE MI MEDIO (ORGANIZACION) HACER PARTE DE UNA RED?

Cada persona expuso sus razones y estas se agruparon de la siguiente forma:

- Capacitarse
- Fortalecerse
- Investigación
- Desarrollo social
- Gestión
- Visibilizarse
- Solidaridad
- Estimular la creación de medios
- Encontrar soluciones
- Retroalimentación
- Intercambiar conocimientos
- Generar políticas de gestión
- Formación
- Apoyar la comunicación alternativa

Estas grandes vertientes que agrupan los términos anteriores pueden verse como líneas de acción, para la formulación de objetivos. Luego de un proceso grupal de síntesis se llegaron a estos lineamientos:

Principales motivaciones de los medios de comunicación alternativos y comunitarios de Medellín para conformar una red:

1. El fortalecimiento de los medios de comunicación alternativos y comunitarios.
2. Intercambio, articulación y trabajo en red
3. Aportar al desarrollo social de las comunidades.
4. Reconocimiento
5. Capacitación y formación.
6. Incidir en las Políticas públicas de gestión.

Taller # 5

De acuerdo al establecimiento de los lineamientos resultantes del taller anterior, se realizó una actividad conjunta para determinar los objetivos de la red y sus actividades.

LINEA 1: FORTALECIMIENTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS

OBJETIVO:

Potenciar el quehacer de los medios alternativos a través de acciones que permitan su desarrollo.

ACTIVIDADES:

- Definición de la filosofía, razón de ser de cada medio.
- Diagnosticar las necesidades específicas de cada medio.
- Capacitación y formación permanente según las necesidades
- Asesorar procesos administrativos-empresariales en gestión y mercadeo.

LINEA 2: INTERCAMBIO, ARTICULACION Y TRABAJO EN RED

OBJETIVO:

Articular los medios y procesos de comunicación alternativa a través del intercambio de prácticas y saberes para mejorar la presencia en las comunidades y nuestra razón de ser.

ACTIVIDADES:

- Identificar y conocer los medios para concertar estrategias de trabajo.
- Generar espacios propicios para el conocimiento e intercambio entre los diferentes actores del proceso.
- Concertar agendas conjuntas para lograr una mayor difusión de las propuestas para los sectores de incidencia de la red.

LINEA 3: DESARROLLO SOCIAL

OBJETIVO:

Generar información, formación y lúdicas en las comunidades con temáticas que contribuyan a su avance socio-cultural.

ACTIVIDADES:

- Realización de campañas a nivel sectorial y/o de ciudad
- Creación de espacios para visibilizar problemáticas comunes
- Movilización de la comunidad para la solución de problemáticas concretas
- Promoción y organización de eventos sobre temáticas necesarias para el desarrollo socio-cultural de la comunidad.

LINEA 4: RECONOCIMIENTO

OBJETIVO:

Dar a conocer la existencia de la red de medios alternativos como un instrumento de organización de los mismos.

ACTIVIDADES:

- Organizar un ciclo de conferencias, donde se exponga que es la red y como funciona
- Realizar una feria, exposición donde los medios se den a conocer en la comunidad
- Crear una página web donde demos a conocer la red
- Dar publicidad a la red por medio de los medios alternativos y tradicionales

LINEA 5: POLITICAS PUBLICAS

OBJETIVOS:

Desarrollar acciones que lleven a la creación y la aplicación de políticas publicas que favorezcan el ejercicio de los medios de comunicación alternativa y comunitario de la ciudad de Medellín, basados en el derecho a la información y comunicaron de los ciudadanos.

ACTIVIDADES:

- Realizar contactos con otras redes y movimientos a nivel nacional que promuevan y defiendan el derecho a la información y comunicación
- Realizar talleres para estudiar la legislación existente sobre la regulación de los medios en Colombia y promover acciones de formación para los miembros de la red.
- Crear conciencia en la dirigencia política sobre la importancia de los medios a y c en la sociedad a través del trabajo comunitario y el lobby político
- Realizar un foro municipal para hablar sobre la legislación de los medios a y c y su importancia para el desarrollo social

- Lograr representatividad de los medios a y c ante los consejos municipales de cultura ciudadana, municipal y departamental.

2.9. Bloque 9. Agenda, acuerdos, conclusiones del trabajo y Evaluación.

Finalmente se realizó una plenaria sobre inquietudes generadas entre los miembros y se definió lo siguiente:

Acuerdos:

1. Continuidad del comité de impulso hasta el final del proceso – asamblea.
2. Convocar asamblea para el 31 de agosto de 2006.
3. Cada uno de los delegados será responsable de convocar a los medios de sus comunas y zonas.
4. Nombrar a los miembros vacantes del Comité de impulso con asistentes al encuentro de planeación.
5. La red es incluyente. Las mujeres y los jóvenes no representan un sector, son el motor del proceso.

Dando por terminada esta jornada se realizó la evaluación. Estos fueron los aportes de los participantes de la jornada de planeación en los 5 aspectos evaluados

EVALUACION

1. CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

- Considero que se avanzo significativamente y de manera positiva.
- Los objetivos se cumplieron en su totalidad.
- Se pudieron cumplir a pesar de las dificultades.
- Para cumplir los objetivos se debió desarrollar un plan y no se logro el objetivo.
- Nos conocimos, interactuamos y aportamos para construir la columna vertebral de la red.
- Hubo una aproximación a los objetivos pero no se lograron en su totalidad ya que diferentes factores extendieron las temáticas.
- Se cumplieron las expectativas en el aspecto que se conoció realmente qué es la red.
- Considero que en su gran mayoría se cumplieron los objetivos, se logró el conocimiento de lo que es una red y principalmente para qué estamos cada uno de nosotros en ella y cómo puede mejorar nuestro propio medio.
- A pesar de las dificultades metodológicas se logro avanzar en la planeación estratégica, por lo menos en lo fundamental. Se logro el objetivo de socializar y ampliar la REDECOM. Queda el reto de darle continuidad.
- Lo mejor fue el consenso de los conceptos, los aportes de cada uno fueron escuchados y los debates en grupo fueron fructíferos. En ocasiones hubo discusiones monótonas que no permitían el avance de los temas.

- Excelente, creo que los objetivos se cumplieron a pesar de las dificultades.
- Los objetivos se cumplieron parcialmente de acuerdo al nivel en el que fueron planteados.

2. DESARROLLO DE CONTENIDOS

- Fueron explícitos y entendibles
- Buen nivel de análisis de los contenidos. Se enriquecieron con la pluralidad de visiones. Queda plasmado en el grupo el espíritu del proyecto.
- Faltó más planeación para haber podido avanzar más.
- A pesar de las dificultades se pudieron cumplir gran parte de los contenidos del programa.
- Faltó la contextualización a quienes estaban nuevos en el proceso de conformación de la red.
- Se pudieron desarrollar los contenidos, valió la pena el esfuerzo de la mesa de impulso.
- Faltó orden en el desarrollo de los contenidos, por falta de tiempo.
- Pienso que se equivocaron en la planeación de los temas, ya que era necesario comenzar con una introducción acerca de la red para permitir el desarrollo adecuado de los otros temas y así no sentir que dábamos vueltas en algunas discusiones.
- Excelente, las exposiciones fueron claras, pertinentes y básicas como elementos para dar claridad e incentivar la participación y el debate.
- Se debería replantear algunos contenidos para no incidir en discusiones repetitivas.

3. METODOLOGIA

- Aunque algunas personas estuvieron calladas, la participación fue buena.
- Buena metodología, exponiendo y dando tiempo para la plenaria.
- Muy participativa, dinámica. La mesa de impulso marcó y dirigió muy bien sus propósitos, el norte estaba claro.
- Metodología sencilla, dinámica y consecuente.
- Buena y clara.
- Fue participativa.
- Considero que faltó más dinamismo para no convertir el seminario en algo extenuante y monótono.
- Buena en cuanto a las ayudas didácticas.
- Me gusto pues el trabajo en equipo es clave para la ejecución de ideas y la variedad de conceptos enriquece los objetivos de este proyecto.
- Excelente, ya que no hubo protagonismo y se promovió la participación incluyente, se trató de variar el proceso para que no fuera monótono.
- Para evitar estancamientos en el desarrollo del programa se debió hacer una breve presentación del proceso de la red para los nuevos miembros.

4. INSTALACIONES

- Buena alimentación e instalaciones.
- Excelentes.

- Muy buena la organización del evento.
- Excelentes instalaciones, la agenda se cumplió casi siempre.
- Nos atendieron muy bien, el espacio me gustó mucho.
- Más rigor con la puntualidad.
- Excelente alimentación.
- Excelente sitio, muy buena alimentación.
- Las instalaciones, el transporte y la comida estuvieron a la altura.
Agradezco la flexibilidad en algunas horas en las que fue necesario cambiar o retrasar horarios.
- Buenas instalaciones y alimentación excelente.
- Instalaciones amplias y buena alimentación.
- Excelente alimentación e instalaciones.
- Felicito al comité impulsor por el desarrollo de este evento.
- Faltó un mejor acondicionamiento del auditorio.

5. SUGERENCIAS

- En próximos eventos deben tener presente el uso del tiempo para que no se dilaten muchos debates que llegan a ser repetitivos.
- Que se avise con mucha anticipación la convocatoria al evento.
- Propiciar más la integración en las relaciones inter personales.
- Acuerdos colectivos para los horarios.
- Mejores referencias para localizar el sitio de encuentro.
- Crear conciencia sobre la importancia de la participación oportuna, el buen uso de la palabra y la puntualidad.
- Para el desarrollo de talleres buscar otros sitios además del auditorio.
- Buscar la realización de otros eventos que puedan nutrir los conocimientos adquiridos.
- Una mayor planeación para el desarrollo de la agenda cada día.
- Realizar reuniones con más frecuencia.
- Respetar los criterios de los demás
- Organizar otro encuentro de la redecom para mirar como va su desarrollo y para mejorar.
- Aprender de los errores y ser cada vez más eficientes.
- Fue una jornada fructífera, sin embargo faltó orden en los temas, arrancar primero con una breve presentación del proceso y después seguir con lo demás.
- Plantear soluciones más concretas en cuanto a las necesidades de cada medio.
- Preparar con más tiempo: responsables y metodología.
- Menos cátedra y más talleres.

3. Listado de asistentes

Nombre	Medio	Comuna
Alexis Castrillón		
Alicia María Cárdenas		
Alveiro Quintero		
América Sánchez		
Carlos Eduardo Vargas		
Carlos Restrepo		
Diego Tobón		
Edgar Dixon		
Federico Aguilar		
Fernando Agudelo		
Guillermo Arias		
Ingrid María Cruz		
Jaime Martínez		
Jenny Torres		
Joaquín Padilla		
John Fernando Henao		
José Fernando Betancur		
Juan Carlos García		
Juan David Quintana		
Juan Gabriel Carmona		
Karen Vanessa Arango		
Lina Guisao		
Luz Amparo Cardona		
Marcela Uribe		
María Josefa Restrepo		
Maritza Arango		
Mauricio Mesa		
Natalia Arboleda		
Nestor Restrepo		
Reinaldo Valencia		
Sandra Hernández		
Yolanda García		
Yolima García		
Yonny Acevedo		

FRASES DE LA PUERTA

"OJOS DE LINCE PARA VER EL MUNDIAL" DIEGO

"APROBADO TODO... NOS VAMOS" SOL Y LUNA

"DEJEMOS ASI HERMANO" ALEXIS

"Y CUANDO VAMOS A COMER HELADITO CON ESTAS MUCHACHAS"
FERNANDO

"VENDO PECUECA...INFORMES LOS TENNIS" FEDERICO

"NO HABLE DE LO QUE N SABE" EL MEDICO

"PASEME EL CUADERNO YO LE HAGO UNA NOTA" JOHN ELBER

"VOLTEELO YO LE SACO EL ARROZ" EL MEDICO

"TELEBOYACA NUESTRO CANAL" NESTOR

"EMPODERAMIENTO ES EMPODERARNOS" FERNANDO

"UNO SE LA PASA SENTADO PENSANDO DONDE ESTA PARADO" JAIME

"EL PEO ES VIDA, EL PEO ES SUERTE, EL PEO TIENE ALGO QUE NOS
DIVIERTE" EL POETA

"AMOR CON HAMBRE NO DURA" FEDERICO

"MISION QUE TENGA QUE EXPLICARSE NO ES MISION" ALICIA

"TODO NEGRO NO ES MOSQUERA" REYNALDO

"SIN ANIMO DE LUCRO" JOAQUIN

"TODOS SON APORTES" AMERICA

"¿PARA QUE LA RED...?" MARCELA Y JUANCA

"NO NOS TIENEN EN CUENTA" LOS PELAOS

"CUANDO USTED TIENE CANCER ESO ES MORTAL" EL POETA

"MAMA, FEDERICO ME ESTA MOLESTANDO" GUILLERMO

"PA´DONDE ES QUE VAMOS, CIERTO?" MAURICIO

"HAY QUE TENER CLARO PARA DONDE VAMOS" ISABEL

"NO NECESARIAMENTE, NO NECESARIAMENTE..." JHON HELBER

"EN GENERAL TODOS Y EN PARTICULAR NINGUNO" ALICIA

"SOY LO QUE SOY PORQUE NO SOY LO QUE PUEDO SER" LINA

"ES QUE TENEMOS QUE TENER EN CUENTA LOS CONTENIDOS" LUZ A