



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA GENERAL

1100100

Bogotá D.C., 10 de octubre de 2011

Señores (as)

MEDIOS COMUNITARIOS

Mesa Distrital de Comunicación Comunitaria

Ciudad

Asunto: Lineamientos comunicación comunitaria a entidades de la Alcaldía Mayor de Bogotá.

Después de hacer una reunión con representantes de medios comunitarios y hacer una revisión de los lineamientos que deben tenerse en cuenta para la aplicación de la Política Pública de Comunicación Comunitaria damos alcance a la comunicación emitida el 12 de julio de 2011.

Con la presente solicitamos dar cumplimiento a los lineamientos relacionados con comunicación comunitaria por parte de las entidades del Distrito. Es menester recordarles que ello hace parte de los mandatos establecidos en los Decretos 149 y 150 de 2008, los cuales crean la política y la Mesa de Trabajo Distrital de la Política de Comunicación Comunitaria de la ciudad; el Acuerdo 292 de 2007, en donde se consignan los principios que deberán observar los procesos de comunicación comunitaria como medios de construcción de democracia informativa, libre circulación de opiniones e información, acceso amplio y democrático a fuentes de las mismas, Artículo 3 donde se establece la “Promoción de la democratización del acceso a los espacios institucionales en medios de comunicación con que cuenta el Distrito Capital, por parte de los colectivos y deber de comunicación comunitaria y la “Adopción de disposiciones que promuevan la inclusión de las redes , colectivos y medios de comunicación comunitaria”. Y el Acuerdo 457 de 2010 donde se establece que se tendrán en cuenta los medios alternativos con criterio pluralista.

Las entidades del Distrito, de conformidad con el Acuerdo 257 de 2008 tanto del sector, central, descentralizado funcional y por servicios y el sector de localidades aplicarán la Política Pública de Comunicación Comunitaria y Alternativa contenido en el Acuerdo 292 de 2007 (y su modificación) así como de los Decretos 149 y 150 de 2008 y para tal fin efectuarán el plan de acción vigente y aprobado en la Mesa de la Política Pública de Comunicación Comunitaria hoy Consejo Distrital de Comunicación Comunitaria y Alternativa





ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA GENERAL

Dicha estrategia debe propender para que el ejercicio de la comunicación no sea únicamente un instrumento de difusión de la oferta de servicios de las instituciones distritales, sino que se convierta en un espacio de divulgación de las actividades de las organizaciones sociales y de reconocimiento al trabajo de los ciudadanos y ciudadanas que se preocupan para que en su barrio exista una mejor calidad de vida.

LÍNEAS DE ACCIÓN

1. Identificación:

- * Realizar una identificación o diagnóstico de los medios y procesos de comunicación comunitaria, alternativa, popular, de grupos poblacionales, de su interés o en lo local, organizaciones sociales cuyo objetivo se relaciones con las actividades de comunicación comunitaria teniendo en cuenta: Tipo de medio (escrito, sonoro, audiovisual, nuevas tecnologías), temática, localidad donde se tiene incidencia.
- * Para todos los medios: Indicar nombre del medio, fecha de creación, nombre del representante legal y registro legal de acuerdo a su naturaleza, dirección, teléfonos de contacto, correos electrónicos y página Web.
- * Para medios escritos: Tipo de circulación (mensual, bimestral, trimestral, semestral), el número de la edición, formato (tamaño en cm. alto X ancho), la circulación (cuáles localidades cubre), el tiraje y el ISNN.
- * Para medios audiovisuales: Si tiene licencia expedida por la Comisión Nacional de Televisión.
- * Para medios basados en tecnologías de la información y la comunicación: La dirección electrónica del portal web, blog y sus características básicas (secciones, periodos de actualización y tipos de servicios) el nombre, teléfono, dirección y correo de contacto.
- * Para medios sonoros: Licencia del Ministerio de comunicaciones y registro legal.
- * Una vez identificados los medios y organizaciones, establecer contacto con ellos.
- * Promover los procesos locales de comunicación y contacto, a través de las Mesas Locales de Comunicación Comunitaria y Alternativa.

2. Formación:

- La oferta en formación y capacitación deberá ser concertada con las mesas locales de comunicación comunitaria y alternativa y/o la Mesa Distrital de Comunicación Comunitaria y alternativa, en el proceso se debe divulgar la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria, con el objetivo de de elevar los niveles de calidad de los procesos y medios de Comunicación Comunitaria y Alternativa
- Promover la realización de convenios con Instituciones de Educación Superior para la actualización y homologación de conocimientos y el logro de títulos.





ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA GENERAL

3. Divulgación:

- Los medios de comunicación comunitarios, populares y alternativos deberán estar permanentemente informados de forma oportuna y con criterios de igualdad de las actividades y procesos de la Administración Distrital.
- La Alcaldía Mayor de Bogotá, a través de sus entidades del orden central y descentralizado y entidades locales deberán realizar la divulgación de sus actividades, campaña y promoción de planes de acción teniendo en cuenta a los medios de comunicación comunitaria y alternativa y organizaciones sociales cuyo objetivo social se relacione con las actividades de comunicación comunitaria y alternativa.
- Concertar, diseñar y proponer de manera conjunta acciones comunicativas adecuadas para dar a conocer los procesos y proyectos.
- Al Distrito Capital y las Alcaldías Locales se les recomienda tener en cuenta la comunicación comunitaria y alternativa en sus planes de medios.
- Hacer reconocimiento o divulgar en los medios de comunicación institucionales de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa de la ciudad.
- Convocar a los medios comunitarios y alternativos a ruedas de prensa y actividades locales y distritales.

4. Responsabilidad social:

- Se promoverá el desarrollo de los procesos y los medios de comunicación comunitaria y alternativa respetando la libertad de expresión e información, la libertad de informar y ser informado de manera veraz, imparcial y oportuna, la autonomía, la independencia y la dignidad del ciudadano y de todas las personas que hacen parte de los colectivos de comunicación comunitaria y alternativa.
- Promoción y divulgación de las prácticas culturales de los grupos poblacionales (étnicos, sociales y etarios) de la localidad, en concordancia con el Acuerdo 292 y con las diferentes políticas públicas poblacionales del Distrito.
- Articulación con las Casas de Justicia, Centros de Conciliación, para divulgación y generación de ambientes de convivencia en sus medios de comunicación y alternativa
- Tecnologías incluyentes para personas con discapacidad.

5. Investigación y desarrollo:

El análisis del estado del arte de la comunicación comunitaria y alternativa en la ciudad permitirá identificar los niveles de particularidad de cada localidad o sector(es) identificado(s) y la relación de los medios comunitarios y alternativos con las comunidades.

- Fortalecimiento e identificación de redes ciudadanas por localidades para la dinamización de las políticas públicas (Mesas Locales de Comunicación Comunitaria).





ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA GENERAL

- Propiciar encuentros de saberes que permitan identificar las propuestas sobre comunicación comunitaria y alternativa, a partir de ello determinar líneas de investigación sobre comunicación comunitaria y alternativa.
- Diseño e implementación de indicadores de impacto de la comunicación comunitaria y alternativa.

Articulación y apoyos institucionales:

- Propiciar espacios locales y distritales de encuentros académicos y de intercambio de experiencias para medios, organizaciones y colectivos comunitarios y alternativos para fortalecer intereses comunes.
- Inclusión de los medios comunitarios y alternativos en las bases de datos de las instituciones, con información suministrada por las mesas local o Distrital de la Política Pública de Comunicación Comunitaria y alternativa.
- Hacer esfuerzos para promover mecanismos y financiamiento para que la Mesa Distrital (hoy Consejo Distrital de Comunicación Comunitaria), las mesas locales y los medios de comunicación comunitaria y alternativa se integren al Sistema Distrital de Participación y a los espacios de participación en los procesos de Planeación Distrital, Planeación Local, Presupuesto Distrital y presupuestos Participativos y ordenamiento del territorio.
- Las oficinas de prensa y comunicaciones de las alcaldías locales y las mesas locales de comunicación comunitaria y alternativa unificarán la base de datos de los medios de comunicación comunitaria, alternativa, popular, de grupos poblacionales y organizaciones sociales que tengan participación con procesos de comunicación comunitarios y alternativa y la enviarán a quien ejerza la secretaría técnica de la mesa distrital de comunicación comunitaria y alternativa.
- Los jefes de prensa y comunicaciones de las entidades del Distrito, tanto del orden central, descentralizado y de las localidades remitirán cada seis (6) meses a quien ejerza la secretaría técnica de la mesa Distrital de comunicación comunitaria y alternativa la forma, modo y cuantía como se desarrollará el plan de acción sobre las líneas indicadas y los planes de medios aprobados para medios comunitarios y alternativa.

TARIFAS

Como resultado de la concertación entre la Administración Distrital y los representantes de los nueve (9) sectores de la Mesa de Trabajo de la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria y alternativa, se fijaron referentes de pago de tarifas para radio, prensa, televisión y TIC (reunión ordinaria de la Mesa del 28 de abril de 2011).

Se establecieron los siguientes criterios en la Mesa de Trabajo de la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria -Acta 34 del día 28 de abril de 2011.





ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA GENERAL

1. Aplicable a todas las entidades del orden central y descentralizado y del orden local, institutos, Alcaldías Locales y demás instancias del Distrito.
2. Se realizará la contratación directa con los medios de comunicación comunitarios y alternativos o a través de las organizaciones o agencias que en forma exclusiva se constituyan por ellos evitando toda intermediación.
3. En relación con los planes de medios actuales que se realizan con agencias de publicidad o centrales de medios:
 1. Ninguna agencia de publicidad, central de medios, contratistas de alcaldías locales o similares podrán pagar tarifas por debajo de las establecidas en esta concertación. En consecuencia:
 2. Única y exclusivamente se podrá realizar los descuentos de ley.
 3. No se efectuarán descuentos por manejo del plan de medios (para la agencia de publicidad o la central de medios).
 4. No se efectuarán descuentos para el cliente.
 5. No se efectuarán descuentos por volumen (cantidad de pauta).
 6. No se efectuarán descuentos por pronto pago (Todos los pagos se realizarán 30 días calendario después de presentada la correspondiente factura o cuenta de cobro).
4. Estas tarifas, que tendrán vigencia de un año y serán reajustadas por el índice de precios al consumidor IPC para Bogotá, salvo que exista nuevo acuerdo y son las siguientes:

Medios impresos, tiraje de 10 ejemplares:

TAMAÑO	VALOR
Contraportada	\$ 2.875.000
Una página	\$ 2.070.000
Media página	\$ 1.265.000
Un cuarto de página	\$ 860.000

* Avisos a todo color, publicados en página impar.

** Los avisos en blanco y negro tendrán un descuento del 30%

*** No se negociará bajo ninguna circunstancia, avisos de entidades oficiales por debajo de estos tamaños y estas tarifas.

Emisoras Comunitarias, son 7, con licencia del Ministerio de las TIC:

REFERENCIA	PRECIO
Anuncio de 15 segundos	\$ 12.000
Anuncio de 20 segundos	\$ 15.000





ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA GENERAL

Anuncio de 30 segundos	\$ 20.000
Mini reportaje de 3 minutos	\$ 60.000

Televisión Comunitaria, resolución Comisión Nacional de Televisión:

Emisión de 20 a 30 segundos	\$ 25.000 cada emisión
Emisión de 1 minuto	\$ 50.000 cada emisión
Emisión de 10 minutos	\$ 180.000 cada emisión
Emisión de 30 minutos	\$ 300.000 cada emisión
Emisión de 1 hora	\$ 400.000 cada emisión
Producción de 30 minutos en vivo	\$ 600.000 cada emisión

Medios basados en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones:

Tipo de Publicación	Tiempo de publicación	Costo
Banner lateral 150X50 PX aprox.	Un mes	300.000
Caja de 300 X 250	Un mes	300.000
Skyscraper sobre cabezote	Un mes	1.000.000
Skyscraper parte baja	Un mes	400.000
Artículo publrreportaje o asimilado texto home page imagen	Un mes	2.100.000
Artículo texto sección interna	Un mes	350.000
Link de descarga hasta 2 MB	Un mes	100.000
Video 30 min estático	Un mes	450.000
Emisión video 30 min rotativo STREAMING	Un mes	350.000
Chat en línea (texto)	Un mes	250.000
Producción video HD 30 min sin material (guión, investigación, edición, formateo, alojamiento)	Un mes	5.000.000
Producción video HD 30 min con material listo, alojamiento y publicación	Un mes	2.000.000





ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA GENERAL

Producción multimedia 3D 5 min.	Un mes	3.000.000
Envío masivo correos 5000 (\$90)	Un mes	450.000
Envío masivo correos 10.000 (\$80)	Un mes	800.000
Envío masivo correos 25.000 (\$70)	Un mes	1.750.000
Envío masivo correos desde más de 30.000 (\$60 c/u)	Un mes	1.800.000
Envío masivos correos desde más de 50.000 (\$55 c/u)	Un mes	2.750.000
Alojamiento FTP	Un mes	Cotizar hosting más programas
Hosting 250 Mb	Un mes	30.000
Hosting 500 Mb	Un mes	50.000
Hosting 1000 Mb	Un mes	80.000
Hosting 2000 Mb	Un mes	140.000
Construcción web standar	Un mes	1.500.000
Web personal	Un mes	450.000
Programación streaming básico	Un mes	500.000

Lo expuesto en materias de tarifas y contratación se aplicará de acuerdo a la normatividad jurídica vigente de las entidades distritales del sector central, descentralizado y localidades.

* Tarifas establecidas por cada medio.

MESAS LOCALES DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA PARA ALCALDÍAS LOCALES

1. Las Mesas Locales deberán estar conformadas por los diferentes sectores o actores que hacen procesos o productos comunicativos, lo que quiere decir que deben pertenecer a la localidad. Estas deberán establecer un plazo para su conformación.
2. La representación de los sectores se darán según las particularidades y las dinámicas de cada localidad. Para ello el o la Jefe (a) de Prensa y/o comunicaciones deberá hacer un diagnóstico y llevar a cabo reuniones previas a la instalación oficial para conocer y tener un primer acercamiento con los medios comunitarios y alternativa de su localidad.
3. Realizar asambleas sectoriales según la representación que haya en su localidad de los nueve (9) sectores que menciona el Decreto 149 de 2008, para elegir por votación a sus





ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA GENERAL

- dos (2) representantes por sector, quienes participarán y asistirán a las reuniones de la Mesa Local de Comunicación Comunitaria.
4. Las Mesas Locales de Comunicación Comunitaria deberán fijar su propio reglamento interno.
 5. Formular su Plan de Acción, el cual se articulará con el Plan de Desarrollo Local según las directrices de la Mesa de Trabajo de la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria (Decreto 149 de 2008).
 6. Realizar reuniones ordinarias de manera mensual y extraordinaria, cuando así lo disponga la agenda.
 7. El o la jefe de prensa de la Alcaldía local deberá ejercer funciones de secretaría técnica (relatoría y convocatorias, actas, etc.)
 8. El día de la instalación oficial de la Mesa Local de Comunicación Comunitaria y Alternativa deberá contar con la presencia del Alcalde o Alcaldesa Local, también invitar a un delegado del IDPAC para avalar el proceso.

Para la conformación de la mesa se deberá tener en cuenta los siguientes sectores:

1. Dos (2) representantes del sector correspondiente a los medios escritos o gráficos.
2. Dos (2) representantes del sector correspondiente a los medios sonoros/ emisoras comunitarias.
3. Dos (2) representantes del sector correspondiente a los medios audiovisuales/ televisión comunitaria.
4. Un (2) representante del sector correspondiente a las ONG cuyo objeto social se relacione con las actividades de comunicación comunitaria.
5. Un (2) representante del sector conformado por facultades universitarias de ciencias humanas, de ciencias sociales o comunicación social.
6. Un (2) representante de la Alcaldía local (jefe de prensa).
7. Un (2) representante del IDPAC, como delegado del sector Distrito.

Según las características poblacionales de la localidad:

- Un (1) representante del Consejo Local de Cultura.
- Un (1) representante por cada uno de los grupos poblacionales con presencia en la localidad (afrodescendientes, indígenas, población LGBT, ROM y raizales) que desarrollen procesos de comunicación.
- Un (1) representante de población en condición de discapacidad.
- Un (1) representantes de los colegios de la localidad, con conocimiento en dinámicas de comunicación alternativa y/o comunitaria.

Para mayor información relacionada con el tema, agradecemos comunicarse con la Oficina de Comunicaciones del Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal, IDPAC (2417900) y Ana María Caro Párraga, Oficina Asesora de Comunicaciones de la Alcaldía Mayor de Bogotá (3213727880- 3813000 ext 1713 correo electrónico: anamariacaros28@gmail.com).





ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA GENERAL

Agradecemos su colaboración y esperamos seguir construyendo todos una ciudad incluyente, equitativa e informada.

Atentamente,

ALEJANDRA MALDONADO RIVERA
Asesora de Comunicaciones
Secretaría General
Alcaldía Mayor de Bogotá

