

# **Mix Medios Comunicación que Construye y Transforma el Tejido Social**

Luz Adriana López Salazar

Luis Guillermo Monsalve Jiménez

Asesor

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades ECSAH

Comunicación Social

2023

## Resumen

Desde su creación, los medios de Comunicación comunitarios se han convertido en la herramienta a través de la cual las personas reciben educación, información y entretenimiento. En éste proyecto se dará a conocer la importancia de las emisoras comunitarias en el Eje Cafetero y cómo desde la Red de Medios Ciudadanos se apoya constantemente el fortalecimiento de cada una de ellas para evaluar y acompañar cómo desde la participación comunitaria se construyen espacios de interacción e intercambio de saberes entre los realizadores de los espacios radiales y los oyentes.

Desde la Red de Medios Ciudadanos y Mix Medios se brinda constante acompañamiento y asesoría a las Organizaciones, Entidades sin Ánimo de Lucro las cuáles son las concesionarias de los medios ciudadanos relacionados con los temas legales, presentación de documentos ante las entidades públicas, privadas y gubernamentales, presentación de proyectos y concecusión de recursos para su funcionamiento.

Es importante resaltar la motivación constante que se brinda tanto a los directores como operadores radiales y la comunidad en general que está encaminado al fortalecimiento y cumplimiento del objeto social y labor de difusión de conocimientos, tradiciones, historias, personajes de cada localidad aportando al fortalecimiento de las parrillas de programación, a la producción de contenidos y a la entrega para otros medios participantes en la Red, de igual forma se dará a conocer la forma y dinámica de comunicación tanto interna como externa que se tiene desde la organización hacia las emisoras participantes en la iniciativa, que desde sus inicios se ha centrado en encuentros presenciales anuales y periódicamente encuentros mediados de por dispositivos electrónicos en los que se reciben capacitaciones, se evalúan diferentes aspectos de

los agentes participantes y se fortalecen los lazos de amistad y los vínculos comunicativos que se reflejan en cada programa entregado a los oyentes.

***Palabras clave:*** Comunicación, red, emisoras comunitarias, programación, asesoría.

## **Abstract**

Since its inception, community media has become the tool through which people receive education, information, and entertainment. This project will shed light on the importance of community radio stations in the Eje Cafetero and how the Network of Citizen Media consistently supports the strengthening of each of them to assess and accompany how community participation builds spaces for interaction and the exchange of knowledge between radio producers and listeners.

The Network of Citizen Media and Mix Medios provide constant support and advice to organizations, non-profit entities that are concessionaires of citizen media related to legal issues, document submission to public, private, and government entities, project presentation, and resource allocation for their operation.

It is important to highlight the constant motivation provided to both directors and radio operators and the community in general, aimed at strengthening and fulfilling the social purpose and work of disseminating knowledge, traditions, stories, and characters from each locality, contributing to the strengthening of programming schedules, content production, and delivery to other participating media in the Network. Likewise, the form and dynamics of both internal and external communication from the organization to the participating stations in the initiative will be disclosed. From its inception, the initiative has focused on annual in-person meetings and periodically mediated electronic device meetings where training is received, various aspects of participating agents are evaluated, and the bonds of friendship and communicative links reflected in each program delivered to listeners are strengthened.

**Keywords:** Communication, network, community stations, programming, consulting.

## Tabla de Contenido

Introducción .....	9
Conceptos en Contextos Sociocomunicacionales .....	10
Informe de Identificación y Conceptualización .....	10
Acopio Organizativo y Comunicacional.....	20
Informe Sociopráxico.....	20
Procesamiento y Análisis de Datos.....	26
Informe de Investigación.....	39
Proyección Comunicacional .....	43
Presentación proyecto.....	43
Fase Devolución- Validación de la Estrategia .....	47
Conclusiones .....	48
Referencias Bibliográficas .....	50

**Lista de Tablas**

<b>Tabla 1</b> <i>Ficha de información general</i> .....	14
<b>Tabla 2</b> <i>Ficha de información descriptiva</i> .....	18
<b>Tabla 3</b> <i>Diario de campo</i> .....	24
<b>Tabla 4</b> <i>Matriz de posiciconamiento</i> .....	30
<b>Tabla 5</b> <i>Matriz comparativa</i> .....	33

## Lista de Figuras

**Figura 1** *Sociograma Mix Medios S.A.S.*.....28

**Figura 2** *Estructura Mix medios S.A.S.*.....29

## Lista de Apéndices

<b>Apéndice A</b> <i>Carta de Intención</i> .....	52
<b>Apéndice B</b> <i>Carta de Aprobación</i> .....	53
<b>Apéndice C</b> <i>Enlace Entrevista Inicial</i> .....	54
<b>Apéndice D</b> <i>Preguntas Cualitativas</i> .....	55
<b>Apéndice E</b> <i>Link entrevista fase 3</i> .....	56
<b>Apéndice F</b> <i>Fotografías Trabajo de Campo</i> .....	57
<b>Apéndice G</b> <i>Fotografías Jornada de devolución</i> .....	58
<b>Apéndice H</b> <i>Enlace video Jornada de Devolución – Validación de la estrategia</i> .....	59



## Introducción

La comunicación como proceso de interacción que está presente en cada momento de la vida se toma como base de construcción de grupos y redes que permiten el intercambio de saberes la construcción de conocimientos y el cambio en los demás. Las organizaciones y empresas no son ajenas a este tipo de interacción y construcción comunicativa y social puesto que es de vital importancia para conocer, planear e implementar estrategias que permitan mejorar el desarrollo humano y la interacción entre el equipo directivo y los colaboradores.

A continuación, se encontrarán los aspectos más relevantes en la estructuración y construcción de las redes sociales y campos de acción de Mix Medios la cual como agencia publicitaria e integradora de las emisoras comunitarias del Eje Cafetero (Caldas, Risaralda y Quindío), la construcción de conocimientos para que a partir de ellos se generen principalmente conocimientos y recursos que apoyen la sostenibilidad económica de cada participante, y resaltar la importancia de la participación comunitaria y comunicativa de las comunidades en las cuales se encuentran presentes estos medios de comunicación con los cuales se busca la interacción y el cambio social a partir de la formulación de proyectos que de igual forma reflejen y den a conocer los procesos para el cambio social.

Gracias a la caracterización y percepciones brindadas por cada uno de los directivos y operadores de las emisoras comunitarias participantes en Mix Medios se logra fortalecer los procesos de capacitación, formalización y consecución de recursos para el sostenimiento de cada medio de comunicación en el cual se resalta la labor e impacto que se tiene en cada una de las comunidades que reciben los noticieros, espacios musicales y demás programas que se dan como resultado del planteamiento y ejecución de los proyectos en pro de la labor social en cada comunidad.

## **Conceptos en Contextos Socio Comunicacionales**

### **Informe de Identificación y Conceptualización**

Al momento de elegir la Organización con la cuál desarrollaría el Diplomado En Construcción De Redes Sociales De Comunicación, elegí la empresa Mix Medios por la oportunidad de analizar y apoyar el buen desarrollo de sus objetivos y labor social que cumplen con las demás ONG y las entidades Sin Ánimo de Lucro concesionarias de las emisoras comunitarias las cuáles se convierten en el puente difusor y desarrollador de las actividades, proyectos y programas dirigidos a la comunidad del Eje Cafetero.

Ante la actual amenaza de la carencia de la recepción de campañas publicitarias lo cual limita la recepción de recursos económicos para la sostenibilidad de estas, me parece de vital importancia apoyar el diseño y desarrollo de proyectos que no solo contribuyen a las emisoras por la trayectoria y reconocimiento que pueden recibir sino también en el proceso de creación, y fortalecimiento de las redes sociales de la región.

De igual forma es importante resaltar la estructura organizacional de Mix Medios puesto que todos sus agentes trabajan en pro del mismo objetivos el cuál es fortalecer los medios de comunicación participantes para que desde su programación se evidencie y cumpla el objetivo principal por el cual fueron creadas estas emisoras. En el artículo 17 de la resolución Min Tic 2614 de 2022 se contempla reglamenta que una de las principales misiones de la radio comunitaria está orientada en la formación, educación, comunicación, promoción cultural, las cuáles conduzcan al encuentro y participación de la comunidad , también se debe motivar a la implementación y uso de las herramientas tics por parte de los directores y operadores de las emisoras para lograr nuevas alternativas de difusión de los productos y programas generados en los medios comunitarios.

Otro de los aspectos relevantes en la organización es la oportunidad de formación y capacitación que brindan a los integrantes de las emisoras (directivos, operadores de audio, integrantes Juntas directiva y de programación) conocimientos que los hacen aplicables en el día a día y el desarrollo de las actividades en el medio de difusión comunitario para que no solo sean los productores de contenidos sino también los veedores del real cumplimiento del objeto social.

A pesar de que la construcción de las Redes sociales de Mix Medios se ha centrado en los medios comunitarios del Eje Cafetero, son varios los programas y proyectos que ha liderado a nivel nacional con el apoyo de entidades públicas y privadas permitiendo dejar en alto el nombre no solo de ellos sino fortaleciendo el nombre de sus colaboradores.

En apoyo a la construcción social es importante resaltar la participación en el diplomado Señales de Paz, liderado por la Red de Medios Red Corporativa de Medios de Comunicación de Santander (Resander), La Unión Europea, entre otras entidades proceso en el cual se capacitaron 50 directores de emisoras comunitarias de diferentes partes del país con el fin de crear contenidos sobre el conflicto armado y la paz en los diferentes territorios y que estos se pudieran entregar a través de las emisoras con el fin de que las personas conocieran más sobre la realidad de este proceso y que gracias a las vivencias y conocimientos compartidos se logró conocer cómo en el departamento del Huila “conocen como actores sociales de los nueve municipios del Huila cooperan con otros en acciones colectivas, para establecer que la construcción del nosotros ha ido cambiando, y luego proponer una nueva manera de acercarse al mundo de lo público.”

Mix Medios también tiene como objetivo central, lograr que la radio comunitaria también se convierta en un agente articulador y formador de tejido y red social, ejemplo de ellos fue la gran labor que se lideró durante el tiempo de la pandemia Covid 19 con el proyecto Escuela en Casa liderado y desarrollado por la administración municipal de Aguadas Caldas y la Fundación

Aguadeña de Medios de Comunicación Social, ONG concesionaria de la emisora Inmaculada FM Stereo, proyecto que permitió ratificar la labor educativa de las emisoras que al igual que en otros países como México quieren que los contenidos emitidos no “sólo sirvieran para apoyar, complementar o sustituir la labor realizada por la escuela, sino que constituyeran una fuente sumamente importante para establecer comunicación con los maestros y campesinos”, y que el caso particular apoyen la promoción y la participación de todos los habitantes de la región, los cuáles desde su conocimiento profesional o empírico acompañaron estos procesos de aprendizaje y formación desde los más pequeños hasta los más adultos y llevando sus conocimientos a lugares cercanos y apartados.

Mix Medios también lidera la difícil tarea de dar a conocer el verdadero valor de una radio local, la cual no se basa en la cobertura que tengan sus equipos sino en los contenidos que se entregan a través de ellos y que dan legitimidad a la misma.

Mucho se escucha que la radio está en declive y a punto de desaparecer, pero Mix Medios procura apoyar y cambiar esa perspectiva formando a los agentes e integrantes, en la generación de contenidos propios para medios digitales que se puedan distribuir a través de canales web a los que tengan acceso no solo “los oyentes fieles y comunes” sino también los habitantes de otras partes de la región y el mundo y que permitan seguir forjando el cambio social y fortaleciendo más las redes sociales.

Otra de las grandes preocupaciones y dificultades que presenta ahora Mix Medios es la disminución del envío de campañas publicitarias, lo cual disminuye los ingresos económicos para las emisoras, recursos que se destinan para el cumplimiento financiero en el pago de impuestos, servicios públicos y obligaciones con las entidades gubernamentales y privadas.

A raíz de este déficit surgió una nueva Red Social o agremiación de emisoras, con la cual se han logrado alianzas de financiación, descuentos por pronto pago y acuerdos con entidades proporcionando un alivio contable a las ONG o Entidades sin ánimo de Lucro concesionarias de las emisoras.

Es así como la Organización se ha venido fortaleciendo y formando a cada instante, conociendo y haciendo visible no solo su labor sino también la de sus aliados.

Tabla 1

## Ficha de Información General

Nombre de laOSP	Descripción de su objetivo social y/o acciones relevantes que desarrollan.	Criterio desección 1	Posibles Oportunidades	Posibles Dificultades
<b>OSP 1 Fundación Aguadeña de Medios de Comunicación Social “FAMECOS”</b>	<p>La Fundación es una entidad sin ánimo de lucro la cual se encuentra ubicada en el municipio de Aguadas Caldas. Una de las principales labores es la concesión de la emisora comunitaria Inmaculada FM Stereo que como medio de comunicación desempeña una gran labor social en la comunidad.</p> <p>Desde sus inicios Famecos se ha consolidado como una entidad que apoya la producción de espacios educativos, participativos y de inclusión a través de la difusión de los programas radiales.</p>	<p>La misión de Famecos es uno de los principales motivos para la selección por su trabajo en líder en la difusión y creación de contenidos radiales que apoyen las iniciativas comunicacionales en los campos deportivos, culturales, religiosos, estatales y sociales.</p> <p>Las metas y objetivos van encaminados a la promoción, desarrollo y participación comunitaria.</p> <p>Ser el canal difusor y puente de contacto entre las entidades gubernamentales locales y la comunidad vulnerable, campesinos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Al trabajar constantemente y presentar un vínculo directo con la Fundación el manejo y utilización de la información para el trabajo a desarrollar.</li> <li>- Por el apoyo participativo de la comunidad lograr una mayor inclusión en el desarrollo y creación de contenidos que enriquezcan la programación diaria.</li> </ul> <p>Buscar el apoyo de las entidades públicas y privadas para continuar con la realización de proyectos que beneficien la comunidad Aguadeña.</p>	<p>Disponibilidad de tiempo por parte del personal directivo y de trabajo, al momento de convocar a las actividades a desarrollar.</p>

**OSP 2  
Asociación Cívica de  
Medios de  
Comunicación La  
Merced  
“ASOCMECOM”**

La ONG se encuentre ubicada en el municipio de La Merced Caldas, desde el año 1999 se encuentra realizando la representación de los demás medios de comunicación comunitarios del departamento de Caldas.

Además de ser la concesionaria de la emisora comunitaria, es una de las grandes gestoras de proyectos que están en pro del rescate de la historia y valores municipales.

Asocmecom es una de las ONG que representa a los medios de comunicación comunitarios de la región ante las entidades públicas y privadas del país logrando la

y personas con limitaciones de acceso inmediato con esas entidades.

- El liderazgo y empeño que cada vez la consolidan más como una ONG ejemplo en el sector de las comunicaciones.
- El reconocimiento que se tiene a nivel nacional a raíz de los proyectos ejecutados y la representación de las emisoras comunitarias de la región.

El potencial y capacidad de convocatoria ante la realización de los encuentros y capacitaciones para el personal que labora en la radio comunitaria.

- El desarrollo exitoso de los proyectos de creación, producción y difusión de espacios radiales en pro del desarrollo de la comunidad Mercedaña y sus alrededores.
- La ejecución oportuna del proyecto Territorios al Aire financiado por el MinTic con el que se dará a conocer a través de la emisora comunitaria la historia del municipio.

Una mayor inclusión de la comunidad para generar compromiso y sentido de pertenencia ante las actividades convocadas por la Asociación.

La limitación del personal de trabajo de la Asociación puesto que solo se cuenta con un operador de audio el que estaría encargado de apoyar el proceso.

consecución de recursos financieros, capacitaciones y alianzas que benefician al sector de comunicación local y comunitaria.

### OSP 3

#### MIX Medios S.A.S

La agencia de publicidad Mix Medios nace a raíz de la necesidad de articular jurídicamente a las ONG y Entidades Sin ánimo de Lucro concesionarias de las emisoras comunitarias.

Una de las principales labores es la gestión y realización de proyectos comunicativos, consecución de pautas publicitarias encaminadas a contribuir con el desarrollo social y comunitario.

A la fecha se participan 20 emisoras comunitarias del Eje Cafetero. A nivel nacional también se

- Mix Medios es una agencia de publicidad que se potencia cada vez más en la realización de proyectos a nivel nacional.
- La integración que hace con los medios de comunicación comunitarios y locales al momento de realizar las capacitaciones y encuentros con el fin de beneficiar a los oyentes de esos medios.

- Generar estrategias para la consecución de recursos para los medios aliados.
- Buscar alianzas académicas para la realización de talleres certificados con los medios de comunicación relacionados con el desarrollo sostenible, social y económico.

No aplica



realizan y lideran  
proyectos en apoyo de  
entidades públicas y  
privadas tanto locales,  
regionales, nacionales  
e internacionales  
(MinTic, Min Cultura,  
Fundación Luker,  
Universidades, entre  
otras.

---

*Fuente.* Elaboración propia con base a la información suministrada por las OSP.

**Tabla 2***Ficha Descriptiva*

<b>Aspectos</b>	<b>Descripción</b>
Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objetivo social.	<p>Mix medios s.a.s como agencia publicitaria y articuladora de las ong y entidades sin ánimo de lucro concesionarias de las emisoras comunitarias del eje cafetero. Una de las principales labores es la gestión y realización de proyectos comunicativos, consecución de pautas publicitarias encaminadas a contribuir con el desarrollo social y comunitario.</p> <p>A la fecha se participan 20 emisoras comunitarias del eje cafetero. A nivel nacional también se realizan y lideran proyectos en apoyo de entidades públicas y privadas tanto locales, regionales, nacionales e internacionales (mintic, min cultura, fundación luker, universidades, entre otras).</p>
Objetivos o intenciones de ayuda social.	<p>Desde su constitución, mix medios se ha trazado como objeto principal el apoyo en el planteamiento y ejecución de proyectos aplicables en las localidades donde estén presentes las emisoras comunitarias.</p> <p>De otra parte, la consecución de campañas publicitarias con el fin de conseguir recursos económicos para la subsistencia de los medios locales.</p> <p>Periódicamente realiza encuentros mediados por dispositivos electrónicos, con los medios de comunicación comunitarios y locales en los cuáles brinda capacitaciones en la estructuración, realización y emisión de espacios y programas que enriquezcan las comunidades impactadas por los medios.</p>
Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la osp.	<p>Los encuentros se realizarán virtualmente en un periodo quincenal.</p> <p>En cada una de las reuniones, se realizarán diagnósticos sobre los recursos con los que cuentan las ong y entidades concesionarias de las emisoras locales, tendremos algunos invitados los cuáles nos apoyarán con capacitaciones en el manejo digital para los medios, diseño y ejecución de proyectos, desarrollo sostenible, social y económico.</p>

Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).

Los agentes participantes serán los directores y/o operadores de las emisoras comunitarias participantes en la red de medios ciudadanos, los cuáles tienen amplio conocimiento de sus oyentes para determinar la necesidad que se supliría con el planteamiento de los proyectos y la implementación de los recursos tecnológicos en sus medios de comunicación comunitario.

Tamaño de organización de la OSP (número de integrantes, cobertura territorial).

La cobertura se dará a nivel de eje cafetero, departamento de caldas risaralda y quindío, específicamente los participantes se distribuyen así: departamento de caldas: 10  
Departamento risaralda: 2  
Departamento quindío: 1

Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.

Mix medios está conformada por la representante legal y un gerente general los cuáles son los encargados de la consecución de campañas y estructuración de los proyectos y programas que emiten las emisoras comunitarias participantes en la red de medios. La organización también se compone por 13 ong u organizaciones sin ánimo de lucro, las cuáles son concesionarias de las emisoras comunitarias que cumplen la función de difusoras de los contenidos (cuñas y programas), que tienen como objetivo el impacto en cambio social.

---

*Fuente.* Elaboración propia con base en la información suministrada por la OSP.

## **Acopio Organizativo y Comunicacional**

### **Informe Sociopráxico**

Una de las principales labores de los medios de comunicación comunitarios es el impacto que desde su labor comunicativa generan en las comunidades, con los procesos de formación y acompañamiento brindados desde Mix Medios a las emisoras comunitarias participantes en la Red de Medios Ciudadanos se evidencia el cambio positivo que han tenido con relación al cumplimiento de las obligaciones ante las entidades públicas y privadas encargadas de vigilar el buen funcionamiento de las Entidades concesionadoras de las emisoras comunitarias.

A partir de trabajos académicos realizados en las emisoras comunitarias del país se lograron hacer diagnósticos con relación al funcionamiento de cada una de ellas. Particularmente en el Eje Cafetero se evidenció una gran falencia en la estructuración de las parrillas de comunicación, el cumplimiento de las obligaciones legales, la visibilidad y sentido de pertenencia por los medios comunitarios.

Ante la constitución de Mix Medios como entidad jurídica que representa jurídicamente las emisoras comunitarias del Eje Cafetero se ha logrado consolidar más la construcción y fortalecimiento de estas, la legalización de los nuevos medios y la implementación de nuevos canales de difusión como las redes sociales y páginas web propias de cada medio.

Con el apoyo brindado por Mix Medios se evidencia un gran sentido de pertenencias y legitimidad por parte de cada integrante de la Red de Medios con la construcción de nuevos contenidos, el cumplimiento de sus obligaciones financieras y en la difusión de los contenidos creados y que a su vez generan buena aceptación por los oyentes.

La generación de nuevas perspectivas y fuentes de ingreso como estrategia ante el declive de la comercialización de pautas publicitarias se resalta la concientización en la elaboración y

ejecución de proyectos que permiten visibilizar las necesidades, virtudes, historias y tradiciones de las comunidades en las que hace presencia los medios comunitarios.

Es satisfactorio ver como los directivos y operadores de las emisoras comunitarias encuentran en el personal directivo y de coordinación de Mix Medios una agencia y una entidad amiga que está dispuesta siempre a colaborarles, tomar en cuenta su palabra, decisiones ante la solución de dificultades que se presentan cada día.

También es de resaltar el reconocimiento que hacen desde cada una de las emisoras participantes puesto que resaltan en varios escenarios la confianza depositada en Mix Medios y la importancia no solo en la adquisición de recursos económicos sino en conocimientos actuales día a día.

Los procesos de capacitación y formación brindados desde Mix Medios para las emisoras comunitarias son otro de los componentes que resaltan los participantes en la Red de Medios, pues gracias a los conocimientos adquiridos es posible la estructuración de nuevos espacios radiales para replicar estas bases y entregarlas a la comunidad, también se tiene como resultado la motivación de convocatoria a entidades locales, departamentales y nacionales para apoyar y potenciar estos procesos educativos en bien de las audiencias.

Con la presencia de las emisoras comunitarias participantes en la Red de Medios, en lugares apartados y comunidades las cuáles no tienen fácil acceso a los nuevos canales de difusión se logra preservar la cultura, las tradiciones ancestrales, las lenguas nativas que con la estructuración de programas se dan a conocer y difundir a los demás oyentes a nivel regional.

Ante el bajo ingreso de recursos económicos son varias las emisoras que con el paso de los años han ido acarreando deudas con las entidades reguladoras (MinTic, Sayco, Acinpro, ANE, entre otras) y que, a raíz de ellas, se han visto en la obligación de cerrar su operación al

aire, pero como lo expresa Gumucio (2010): “la sostenibilidad de las radios comunitarias no solo se conoce desde el punto de vista económico sino también desde los aspectos sociales e institucionales” (p.11).

La sostenibilidad social se centra en la importancia que le dan a la difusión de contenidos que están en pro del desarrollo de las comunidades a las cuáles impacta la emisora con programas de las instituciones educativas, sociales, cooperativas y demás empresas que apoyan la generación de empleo, y el impulso de nuevos emprendimientos locales.

Por su parte la sostenibilidad institucional va de la mano con las alianzas que se puedan establecer con las entidades públicas, privadas y gubernamentales las cuales mediante la destinación de recursos económicos permiten adquirir no solo recursos económicos sino también el desarrollo de proyectos que son replicables en todas las emisoras participantes en la Red de Medios Ciudadanos.

En los diferentes encuentros virtuales o presenciales que se convocan desde la organización, se hace una revisión y balance periódico sobre los periodos de mayores ingresos de pautas radiales para las emisoras, a raíz de ello se ha determinado que en el segundo periodo del año es en el cuál se logra un tope mínimo de sostenibilidad. Una de las temporadas en la cuales se aspira y en ocasiones se reciben buenos recursos económicos, es la temporada de elecciones gubernamentales. En la anterior resolución de MinTic 415 de 2010 Artículo 6 párrafo 2, se prohibía realizar difusión de cualquier campaña de publicidad política pagada y programas con fines proselitistas, dicha resolución fue derogada por la resolución 2614 de 2022 en la que se autoriza la difusión de esas pautas, a pesar de ello se ha logrado ratificar que más que una sostenibilidad económica es más importante el cumplimiento de la labor como medio de

comunicación comunitario en el que se dé a conocer de forma imparcial los planes de gobierno y aspiraciones de cada candidato ya sea de orden local, departamental o nacional.

Constantemente se resalta la importancia de la generación de contenidos propios, el liderazgo de proyectos y la participación local para una legitimidad constante que lleve a cumplir el mayor objeto de la radio comunitaria, ser de la comunidad, para la comunidad y trabajar por la sociedad.

**Tabla 3***Diario de Campo*

<p><b>OSP: Mix Medios S.A.S</b></p> <p><b>Hora Inicio: 5:30pm</b></p> <p><b>Participantes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Alba Rocío Soto</b></li> <li>- <b>Beatriz Yadira Cleves</b></li> <li>- <b>Diego José Díaz</b></li> <li>- <b>Jhon Jairo Herrera Sánchez</b></li> <li>- <b>Juan Miguel Aguirre</b></li> <li>- <b>Jaime González</b></li> </ul> <p><b>Marta Lucía Giraldo Hoyos</b></p>	<p><b>Actividad: Socialización Actividad académica</b></p> <p><b>Hora Finalización: 6:40 pm</b></p> <p><b>Investigador: Luz Adriana López Salazar</b></p>	<p><b>Fecha: 4 de octubre de 2023</b></p> <p><b>Lugar: Virtual</b></p> <p><b>DCRSC</b></p>
<p><b>Descripción</b></p> <p>Mix Medios como entidad articuladora de la Red de Medios Ciudadanos es una organización la cual realiza un trabajo constante de observación y monitoreo de las emisoras comunitarias del Eje Cafetero. Con regularidad, la Organización visita las páginas web y sitios de streaming con el fin de visualizar el trabajo que se bien realizando en cada una de las entidades aliadas para determinar de esta forma las falencias o puntos a reforzar por medio de capacitaciones relacionadas con temas de producción y emisión de los contenidos. Durante el año las reuniones se realizar una vez por mes y mediados por dispositivos electrónicos esto dado a que los operadores y directores de las emisoras se encuentran en diferentes municipios de la región. Durante las reuniones, los participantes dan a</p>	<p><b>Interpretación</b></p> <p>Luego de las reuniones periódicas que se han tenido con los integrantes de Mix Medios se ha podido evidenciar que en un 85% de los medios participantes aplican cada una de las observaciones brindadas con relación a la mejora en la difusión de las campañas entregadas a cada una de ellas, la entrega de certificados y evidencias como soporte del impacto en la comunidad. Es de resaltar el compromiso en el cumplimiento relacionados con la entrega de los informes y demás requerimientos por parte de las entidades competentes (MinTic, DIAN), como los reportes trimestrales de ingresos, permanencia en el régimen especial de las entidades sin ánimo de lucro y el pago de impuestos. Como apoyo a la producción de contenidos es satisfactoria la recepción de notas periódicas</p>	<p><b>Desahogo</b></p> <p>Luego de continuar con el acercamiento con cada uno de los participantes de Mix Medios se puede evidenciar la necesidad de un mayor acompañamiento en el desarrollo de los procesos de formación en la construcción de plataformas digitales que permitan la difusión de contenidos a través de ellas para optimizar un mayor impacto en las comunidades. La constante participación de los operadores y directores de las emisoras comunitarias permiten que Mix Medios se fortalezca cada día más, puesto que gracias a ello se logra la consecución de más recursos económicos, la construcción y presentación de proyectos que benefician a las comunidades, el fortalecimiento en el cumplimiento de los objetos sociales de cada entidad. Luego del monitoreo que se realiza periódicamente de las emisoras en sus canales</p>



conocer los avances y dificultades que se han presentado en los medios relacionados con los requerimientos de sus oyentes, entidades públicas, privadas y gubernamentales que garanticen un buen funcionamiento de sus ONG y cumplimiento de su objeto social.

Por lo regular en los encuentros se cuenta con el acompañamiento de profesionales en el campo de la comunicación, periodismo y representantes de las entidades a las cuales se deben presentar informes con el fin de recibir su asesoría en la entrega de estos.

Desde la constitución de la Organización, la coordinación general, ha procurado que anualmente se realice un encuentro presencial en el cual los directores y operadores de las emisoras comunitarias de la Red de Medios compartan sus experiencias desde sus municipios, se intercambien conocimientos y realicen talleres que beneficien y fortalezcan sus medios de comunicación y desde allí a sus comunidades.

que contribuyen a la construcción de los espacios informativos RMC Noticias (Boletín Informativo difundido de lunes a viernes y Entérate Eje difundido los sábados a la 1:00pm).

Se evidencia un gran compromiso en la adquisición de conocimientos para la implementación de aplicaciones, herramientas digitales y difusión a través de redes sociales ante la gran exigencia de los pautaantes relacionado con la entrega de contenidos a través de los nuevos canales de difusión.

Como principal herramienta de participación de los integrantes de la OPS, sobresale la oportunidad de toma de decisiones y posibilidad de mejora en la consecución de recursos económicos que garanticen el sostenimiento de cada uno de los medios.

El apoyo brindado a cada una de las ONG y Entidades Sin Ánimo de Lucro es vital para el correcto desempeño de cada una de las emisoras comunitarias, al igual que las gestiones realizadas como puentes ante las entidades públicas y privadas que requieren del envío de soportes e informes del funcionamiento de cada una de las emisoras participantes.

de streaming y páginas web se puede determinar el cumplimiento en la difusión de los contenidos y campañas se evidencia una gran satisfacción al conocer los testimonios de los oyentes que expresan cuál es el impacto que ha generado en sus estilos de vida la interiorización de los programas y a la vez la construcción de estos al darles la oportunidad de participación.

## Procesamiento y Análisis de Datos

### Organización Social Participativa

Las organizaciones Sociales Participativas son entidades o grupo de asociaciones que desde su objeto social, misión y visión, están encaminadas a proyectos sociales, de desarrollo y cambio social de las comunidades en las cuáles hace presencia.

Mix Medios S.A.S, elegida como Organización Social Participativa para el desarrollo del proyecto “Mix Medios Comunicación y Desarrollo Social”, se ha constituido y articulado junto con la Red de Medios Ciudadanos en la entidad que apoya a las emisoras comunitarias del Eje Cafetero la cuales reciben capacitaciones, acompañamiento legal, asesorías y apoyo en la concecusión de recursos económicos para garantizar el funcionamiento de ellas.

Mix Medios nace a raíz de la necesidad de acompañamiento, legalización y fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios los cuáles por el desconocimiento de las normas, decretos o resoluciones emitidas por las autoridades competentes (MinTic, Agencia Nacional del Espectro, Sayco y Acinpro) acarreaban deudas, incumplimientos, sanciones y hasta cierre de sus estaciones de radio. A raíz de la situación vista se buscó a poyo en las universidades de la ración para que desde los programas de Comunicación Social se brindara acompañamiento y capacitación tanto a directivos como a operadores de las emisoras comunitarias participantes.

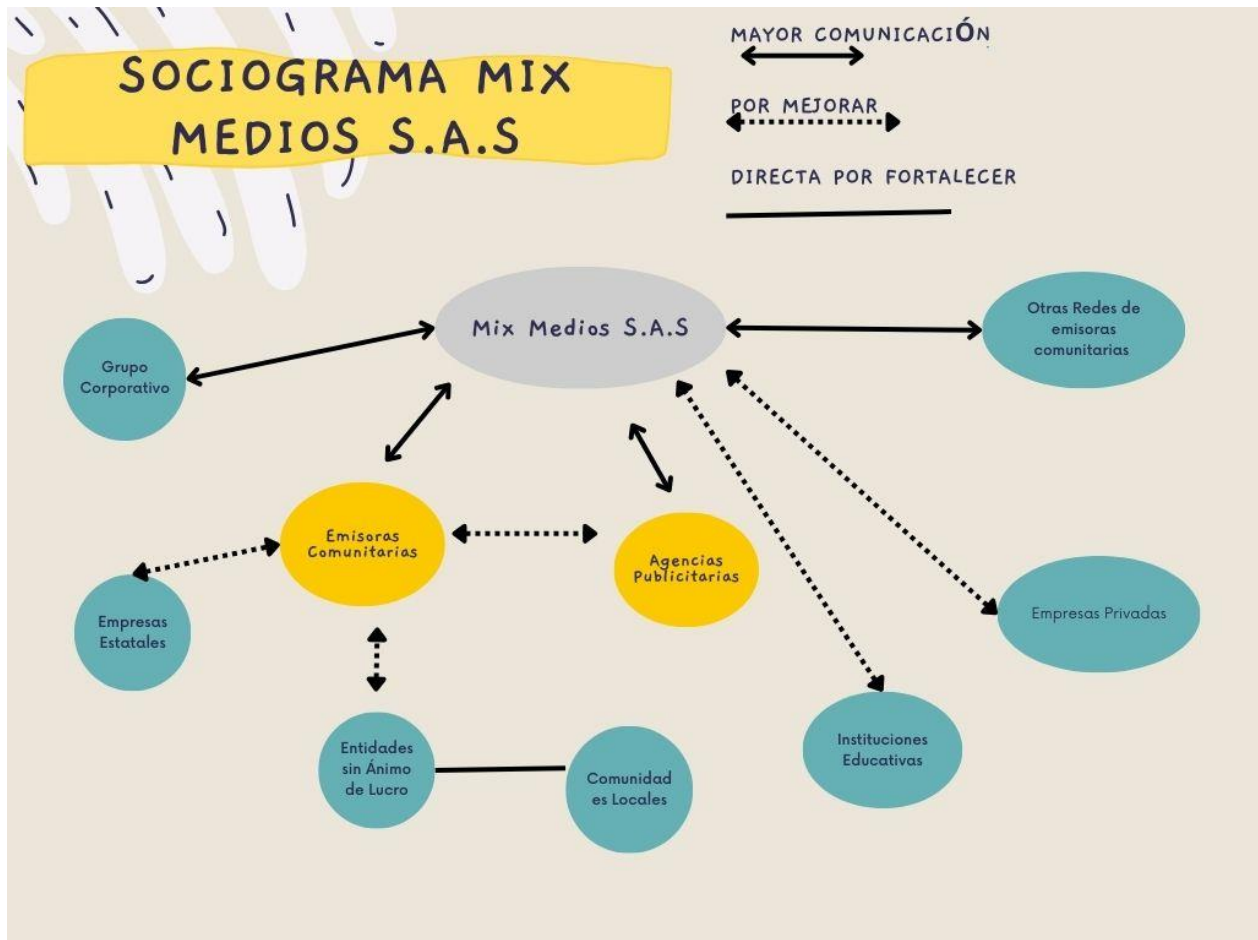
Es así como se fortaleció cada vez más la Organización, puesto que con los conocimientos adquiridos se reflejaron e implementaron en los diferentes espacios y programas radiales que se encaminaban al fortalecimiento y desarrollo social y comunitario.

Mix Medios es una Organización que como Red Social está conformada por 20 emisoras comunitarias ubicadas en los departamentos de Caldas, Risaralda y Quindío, las cuales desde su labor social contribuyen al desarrollo y cambio social. Cada una de las emisoras comunitarias es

independiente en su labor local pero a nivel regional se articulan unas con otras para la distribución de contenidos musicales, académicos, culturales e informativos que van en pro de cada uno de los oyentes y comunidades impactadas por estos espacios que se construyen a su vez con la participación de las diferentes entidades públicas, privadas, gubernamentales y sobre todo de los habitantes de cada lugar.

Figura 1

Sociograma



Fuente. Elaboración propia.

Figura 2

Diagrama de Conjunto de Acción



Fuente. Elaboración propia.

Tabla 4

*Matríz de Posicionamiento Mix Medios S.A.S*

CLASE DE ACTORES SOCIALES	AFÍN	POSICIONAMIENTO SOBRE EL TEMA DEL PROCESO		
		DIFERENTE	AJENO	OPUESTO
<b>Equipo directivo</b>	El equipo directivo de Mix Medios S.A.S se centra y piensa en las necesidades de cada una de las emisoras participantes con el fin de apoyar los procesos y llevar a buen término la realización de consultas, entregas de requerimientos ante las entidades, proporcionando tranquilidad y confianza a sus participantes en el ámbito de éxito en los requerimientos resueltos.	En ocasiones la participación, distribución y asignación de funciones no se realizado de forma clara y es uno de los principales limitantes y obstáculos para el buen funcionamiento de la organización, puesto que al no tener resultados inmediatos por parte de las dependencias se atrasan los procesos y se pueden perder trámites vitales para el fortalecimiento y cumplimiento de las labores.	La negativa a la realización de procesos y proyectos que contribuyen al bien de la organización por temor de incumplimiento y miedo al desarrollo óptimo de los mismos.	Por tener un equipo de trabajo y directivo pequeño no se evidencian agentes opuestos a los procesos.
<b>Emisoras Comunitarias</b>	Como principales aliados en los procesos de difusión, estructuración y desarrollo de proyectos se convierten y posicionan como entidades a nivel	La demora en las respuestas, confirmación de horarios, envío de documentaciones y requerimientos que son base para el cumplimiento ante entidades	La falta de fidelización de algunas emisoras participantes de la Red de Medios lo que las lleva a perder credibilidad, apoyo y asignación de recursos a ellas ante la duda de	Las emisoras comunitarias no legalizadas o autorizadas por el MinTic que incumplen con el pago de obligaciones económicas,

	nacional en promotores y difusores de campañas sociales y educativas con las que se construye sociedad y desarrollo regional.	gubernamentales, agentes de control y agencias de publicidad retrasan los procesos de facturación y cobro correspondiente a la actividad de difusión y posterior a ello la entrega del recurso al medio comunitario.	confianza en la entrega de información y proyectos que en ocasiones no se desarrollan como es requerido.	presentación de requerimientos e invaden el mercado ofertando precios más económicos debilitando la plaza ya conquistada por los medios legalmente constituidos.
<b>Agencias de Publicidad</b>	Son unas de las principales aliadas en la consecución de recursos económicos para el sostenimiento de cada una de las emisoras participantes, con las cuáles se garantiza el puntual cumplimiento de los deberes económicos ante las entidades gubernamentales y entes de control.	Uno de los principales retos de Mix Medios ha sido la estructuración y consenso al momento de construir un tarifario acorde a las necesidades de los clientes nacionales, especialmente las agencias publicitarias y que estas tarifas sean manejadas por igualdad desde cada uno de los municipios y hacer ver que el mayor valor es la cobertura de la radio comunitaria que siempre será local.	El incumplimiento del conducto regular y la desigualdad al momento de negociaciones que a pesar lo pactado que se haga a través de la Red lo hacen con cada una de las emisoras las cuáles abaratan sus productos perdiendo así recibir un poco más de recuso volviéndose poco equitativo.	Las nuevas agencias que surgen y que solicitan la entrega de datos de los medios comunitarios aliados a Mix Medios sin importar que se tenga una política interna de no entrega de datos.
<b>Estamentos gubernamentales</b>	Contribuyen con el apoyo y entrega de recursos para la ejecución de proyectos en pro del desarrollo de	Hay quienes piensan que por ser emisoras comunitarias y entidades sin ánimo de lucro deben dar todo gratis y	El desconocimiento del medio comunitarios local y la poca participación en las juntas y asambleas de	Nunca se ha presentado una negativa de apoyo relacionada al desarrollo o ejecución de proyectos en pro de

	la región y el posicionamiento y reconocimiento de cada medio de comunicación en el municipio, departamento y nación.	que como entidades no tienen responsabilidad de proporcionar no solo recursos económicos sino apoyos en la realización de proyectos que están en pro de la comunidad.	la Organización, el no involucrarse en las actividades convocadas por el medio.	las comunidades impactadas por las emisoras comunitarias.
<b>Instituciones Educativas</b>	Proporcionan espacios de capacitación, formación y titulación certificada de cada uno de los directivos, operadores, personal administrativo tanto de Mix Medios como de las diferentes ONG y Entidades representantes de las emisoras Comunitarias.	La gran cantidad de trámites que se deben hacer ante la solicitud de espacios de capacitación para los agentes de las emisoras comunitarias, la poca o nula participación por parte de los estudiantes para el apoyo y fortalecimiento de los procesos de cada medio comunitario.	Hasta la fecha no se ha evidenciado factores ajenos que obstaculicen el desarrollo de la organización.	No Aplica
<b>Comunidades Locales</b>	Como grupo receptor de las campañas, programas y colaboradores en la realización de los proyectos comunicativos se convierten en agentes importantes para conseguir cumplir los objetivos, misión y visión de la Organización.	En gran parte de los municipios en los cuáles hace presencia la radio comunitaria se presenta un bajo sentido de pertenencia y apropiación del medio de comunicación comunitario.	La falta de sentido de pertenencia, utilización de los servicios prestados por los medios de comunicación comunitarios y escasa respuesta a las convocatorias realizadas.	No Aplica

*Fuente.* Elaboración propia.



Tabla 5

*Matiz Compartiva*

OSP	Mix Medios S.A.S	Red Cooperativa de Medios de Comunicación de Santander - Resander	ASOREDES	ECOSURA
<b>Fines u objetivos</b> <b>Misión-Visión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agenciar pauta publicitaria para medios de Comunicación social.</li> <li>- Producir contenidos para medios de comunicación social. Gestionar y</li> <li>- Ejecutar proyectos de comunicación social.</li> <li>- Realizar consultorías en diseño y ejecución de proyectos comunicativos en organizaciones.</li> </ul>	<p>Nace en abril de 2001; 23 radios comunitarias, de las provincias de Guanentá, Comunera y de Vélez, se reunieron en un encuentro promovido por el Secretariado de Pastoral Social – Sepas, la Delegación de Comunicaciones de la Diócesis de Socorro y San Gil y La Cometa, para crear la Red Cooperativa de Emisoras Comunitarias del Sur de Santander – RESANDER Ltda.</p>	<p>Asoredes es conocida como la “Red de Redes”, este distintivo se da a raíz de la consolidación como coordinadora y agremiadora de las demás redes del departamento de Antioquia. Dentro de los proyectos el más visible ha sido la capacidad de gestión de descuentos de impuestos a pagar por las emisoras comunitarias del país ante las entidades gubernamentales , públicas y privadas.</p>	<p>Visión: La asociación de corporaciones de comunicación comunitaria del suroeste antioqueño (ecosura), será una empresa reconocida por su calidad de servicios en el área de las comunicaciones, comprometida con el desarrollo íntegro de las diferentes comunidades del Suroeste Antioqueño, enfocado hacia la ética y comprometido con el crecimiento social y calidad de vida de sus habitantes.</p> <p>Misión: Somos una empresa del sector solidario conformado por profesionales y comunicadores</p>

				comunitarios que buscan fomentar la creación de fuentes de empleo para sus participantes en cualquier actividad requerida en servicios de las comunicaciones y afines a esta.
<b>Localización</b>	Carrera 1 # 71-338 La Florida Villamaría Caldas	San Gil Santander	Calle 52 # 49 - 71 Edificio Central Medellín Antioquia	Dirección: Carrera 50 #129 Sur 37 Caldas Antioquia
<b>Miembros</b>	Luz Adriana López Salazar – Gerente. 20 Emisoras comunitarias del Eje Cafetero	Emisoras Comunitarias de Santander Colombia	Emisoras comunitarias de Antioquia y a nivel país	10 emisoras comunitarias
<b>Proyectos desarrollados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coordinación y difusión de campañas sociales y educativas en pro de las comunidades de las entidades pública, privadas y gubernamentales (MinTic, Min Cultura, Min Salud, Fundación Luker, Universidades, Naciones Unidas, PENUD.</li> <li>- Apoyo en el planteamiento y ejecución de proyectos que dan a conocer los</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diplomado en Relatos de Paz, en el cuál se capacitaron 50 jóvenes de diferentes municipios del país, patrocinado por la Unión Europea, Universidad Minuto de Dios.</li> <li>- Gracias al apoyo del Ministerio de Cultura – Programa Nacional de Concertación Cultural, iniciamos la segunda fase del proyecto San Gil Región Historia Viva II, «Mujeres que</li> </ul>	Es importante mencionar que los comunicadores comunitarios son, en su mayoría, empíricos, entendiendo que son muy buenos en la práctica, pero carentes de teoría. Ante esta situación se logró firmar un convenio hasta el año 2025 con la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, para profesionalizar a los asociados que tengan grado once, y de esa forma puedan realizar	Proyecto 2022 Escuela Juvenil de Animadores de Lectura en la Radio. Desde Ecosura es muy gratificante el resultado obtenido durante todo el año, debido a que el objetivo siempre fue brindar información, capacitar a los jóvenes en las estructuras orales y sin duda el amor por la radio como medio de comunicación que permite la participación de toda la sociedad.

orígenes y tradiciones de la región (Territorios al Aire, Escuela en Casa).

dejan huella».

- El Ministerio de Cultura mediante nueve líneas de producción, apoyo a más de 100 actividades entre jornadas de capacitación, asesoría en territorio, conversatorios, talleres, producciones audiovisuales y piezas sonoras en todo el país encaminadas a fomentar la creación, preservación, valoración y acceso a las diversas manifestaciones culturales, para contribuir a la calidad de vida y a la convivencia de los colombianos.

virtualmente la carrera de Comunicación Social. Por si fuera poco, se realiza el trámite de la matrícula, se otorga un subsidio económico por valor de \$250.000, y se lleva a cabo la homologación por experiencia y estudio. A la fecha ya se tienen 30 egresados y 20 estudiantes cursando sus semestres, quienes hacen parte de los diferentes medios, porque ASOREDES no es sólo radio, sino televisión y prensa escrita.

De otro lado, cada año se efectúa el programa Radialista, el cual consiste en dictar talleres de formación para los integrantes de los medios de comunicación durante una semana, donde personas conocedoras de temas de la radio comparten sus conocimientos. Se motiva para la participación en foros, conferencias, seminarios, diplomados y

Las emisoras comunitarias para el desarrollo: Las emisoras comunitarias son consideradas como una herramienta para el desarrollo, debido a que su principal función se trabaja en beneficio de las personas, lo que logra articular procesos de identidad, cultura y participación entre la población, tanto que están a la subjetividad de ser la voz de las necesidades de una comunidad como tal; ejemplo claro de ello, ha sido la creación de emisoras comunitarias étnicas, que promueven la equidad e inclusión. Es así, que ha sido de gran relevancia de este medio de educación informal, que ha garantizado el derecho a la comunicación y a su vez favoreciendo la reconstrucción de realidades sociales.

<b>Aliados</b>	Agencias Publicitarias, Instituciones educativas y Universitarias, Emisoras Comunitarias, Comunidad en general	36 Emisoras Comunitarias 4 Organizaciones Sociales 3 Canales de Televisión Comunitarios Instituciones públicas, privadas y gubernamentales	encuentros de medios que se llevan a cabo en el país y en nuestro departamento. Organizaciones gubernamentales, públicas, privadas, demás redes de medios comunitarios del país, agencias publicitarias.	11 emisoras comunitarias.
<b>Antigüedad Descripción de sus Redes sociales</b>	5 años A pesar de que Mix Medios es una organización dirigida a los medios de comunicación y agencia campañas, se encuentra en el momento de implementación, capacitación y desarrollo de sus redes sociales. En su página web se visualiza el portafolio de servicios, aliados y servicios ofrecidos al igual que los contactos a través de los cuáles pueden solicitar más información de ellos. En cuánto a la Fan Page está ligada a la cuenta de Red de Medios Ciudadanos en la cuál entregan cada semana el noticiero RMC	22 años Resander cuenta con una Fan Page en la cual se encuentran alojadas las noticias diarias sobre los proyectos ejecutados por la organización	15 años Las redes sociales en las cuáles difunde sus contenidos son Facebook, Twitter, Instagram, whatsapp, página web.	26 años Ecosura cuenta con una página web en la cuál se encuentra alojada la información principal, proyectos, contactos e información legal. Una página de Facebook en la que aloja las principales noticias de la región.

<p><b>Tipo de comunidad ética</b></p>	<p>Noticias espacio informativo regional construido y difundido por las emisoras aliadas.</p>			
	<p>La ética de la Organización se basa principalmente en el respeto por la formade pensar y trabajar de cada uno de sus participantes. La eficiencia en la difusión de los contenidos con el fin de entregar los mejores resultados a los clientes. La toma de decisiones común que permite integrar los conocimientos y conceptos de cada participante para la construcción de las metas y objetivos a lograr y mejorar.</p>	<p>RESANDER es una organización que basada en los principios del cooperativismo contribuye al fortalecimiento socioempresarial y a la articulación de sus medios de comunicación comunitarios asociados, mediante estrategias de gestión integral ofreciendo servicios de alta calidad por un equipo humano idóneo. Formación y capacitación. Producción de contenidos. Apoyo incondicional y acompañamiento a sus asociados. Gestión de proyectos. Comercialización de pauta publicitaria. Articulación a otras redes regionales nacionales e internacionales.</p>	<p>A continuación se describe las alianzas con las que cuentan las cuáles reflejan y son en las que se basa el respeto, la tolerancia y la participación comunitaria ASOREDES hace parte del Comité Nacional de Impulso para la Reparación de los Periodistas Víctimas que orienta la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas UARIV, el Consejo Nacional de Paz, Reconciliación y Convivencia CNPRC a nombre de los Medios Populares y Comunitarios del país, del Consejo Departamental de Cultura de Antioquia, somos el Capítulo de Medios Alternativos del Círculo de Periodistas y Comunicadores Sociales de Antioquia CIPA, de la Mesa de Radio de Antioquia y de la Mesa</p>	<p>Somos una red de emisoras comunitarias del Suroeste Antioqueño, inspirada en los principios de la solidaridad, mediante la autogestión, la ayuda mutua, el trabajo social y el ejercicio democrático que propende por la superación moral, social, económica de los asociaciados y los afiliados y el desarrollo alternativo del Suroeste Antioqueño; constituimos con el nombre de Asociación De Corporaciones De Comunicación Comunitaria Del Suroeste Antioqueño (Ecosura), de carácter privado, sin ánimo de lucro, que se rige de acuerdo a la Constitución Nacional, la Ley, disposiciones reglamentarias que sean aplicables y por los presentes estatutos.</p>

<b>Fuentes (de dónde extrajo el estudiante la información para esta matriz</b>	<a href="http://www.mixmedios.co">www.mixmedios.co</a>	<a href="https://www.resander.com">https://www.resander.com</a>	Nacional de Radio. <a href="http://asoredes.com/">http://asoredes.com/</a>	<a href="https://www.ecosura.org/">https://www.ecosura.org/</a>
	Certificado Cámara de Comercio			
	Redmediosciudadanos (Fanpage).			
	Vivencias propias.			

---

*Fuente.* Elaboración propia de acuerdo con la información investigada de las OSP.

## **Informe de Investigación**

Red de Relaciones y vínculos: Luego del encuentro realizado con los directivos y operadores de las emisoras comunitarias participantes en la Organización Mix Medios S.A.S, se logró determinar que el apoyo brindado hacia las ONG concesionarias de los medios comunitarios es significativo y resaltado por ellos.

Los integrantes que participan en los diferentes encuentros manifestaron y destacaron que más que el apoyo económico, valoran las capacitaciones académicas y formativas que contribuyen a la estructuración de la programación que genera un impacto positivo de cambio social en las comunidades a las cuáles tienen acceso mediante la entrega de los contenidos. (Herrera S, 2011 La Radio Comunitaria, estrategia para la comunicación pública).

Otro de los aspectos resaltados fue el acompañamiento que se da al momento de respuesta a requerimientos de las entidades reguladoras (MinTic, Agencia Nacional del Espectro, Sayco, Acinpro, entre otras), procesos que anteriormente por incumplimiento y desconocimiento acarrearaban multas y cierres a los medios de comunicación locales.

Temas que tejen la relaciones entre la armonía y el conflicto: A raíz de la formación los actores de Mix Medios manifestaron que se sentían motivados a estar en un proceso de cambio constante, realizar contenidos radiales propios que se pudieran emitir y entregar a los demás participantes, mayor interacción, inclusión y participación de las comunidades para el fortalecimiento del entorno.

Las emisoras comunitarias participantes han entrado en un proceso de cambio positivo que les ha permitido posicionarse y lograr un reconocimiento y apropiación local y regional que se ve reflejada con la satisfacción y testimonios entregados por los oyentes sobre la buena

programación y entrega de contenidos informativos, culturales, educativos y de entretenimiento que están basados en la estructura y realización de proyectos comunicativos.

Dentro de los asistentes al encuentro, dos de ellos manifestaron inconformidades y evidencia de un posible declive de la Red de Medios Ciudadanos dado al sentimiento de ausencia por parte de los Coordinadores Generales en momentos de solicitudes para la resolución de requerimientos o necesidades de entrega de información para cumplir ante las entidades reguladoras.

Características de las relaciones como socialidad y comunidad: A raíz de los trabajos académicos realizados por estudiantes de Comunicación Social y Periodismo con el apoyo de la Universidad de Manizales se ha logrado una caracterización de cada una de las emisoras comunitarias participantes en la Red los cuál ha ayudado a conocer el estado legal, en programación, inclusión y participación de las comunidades de estos medios, se ha determinado las falencias en los aspectos de programación y entrega de contenidos abriendo el camino a la apropiación y defensa de los medios locales por parte de los oyentes.

Formas, hechos o situaciones donde se evidencia la comunicación horizontal y participativa: A diferencia de otras redes de medios comunitarios, en la Red de Medios Ciudadanos, se mantiene y evidencia una comunicación en la cuál todos los aportes y observaciones son tenidos en cuenta para el fortalecimiento y crecimiento de la Red y de Mix Medios. Puntualmente en esta ocasión los directivos mostraron su agradecimiento ante las observaciones brindadas y se comprometieron a ponerse al frente de la Organización y entregar de forma más constante y en un tiempo prudente las posibles soluciones a sus peticiones.

La labor educativa que se da desde la radio comunitaria se evidenció y fortaleció desde la pandemia Covid 19, De La Noval Bautista 2018 “La educación trasciende a la escuela y se



sitúa en la vida cotidiana, en los lugares de encuentro, en las relaciones interpersonales, en las tradiciones familiares, en las costumbre” ejercicio que migró a las radios comunitarias con el proyecto Escuela en Casa liderado por la emisora Inmaculada Stereo de Aguadas Caldas y replicado por otras emisoras aliadas convirtiéndose en modelo de cambio comunitario.

Formas comunicacionales que posibilitan el consenso y la armonía social: Desde el punto de vista, forma de trabajo, perspectivas y capacidades cada uno de los directivos y operadores de los medios comunitarios aportan a la construcción y fortalecimiento de las demás emisoras. Los tres aspectos que más se resaltan al momento de la mejora común de las emisoras son los técnicos, generación de contenidos y manejo de herramientas web. En su gran mayoría los directivos de las ONG aceptan el apoyo y asesoría de los compañeros en cuanto a la adquisición y mejora de equipos, formulación y ejecución de proyectos, creación, fortalecimiento de páginas web propias y redes sociales como apoyo a la difusión de los programas, como lo manifiesta Candonga Maldonado 2018 “La era actual es completamente digital y el mundo exige un cambio ante las nuevas tecnologías y los medios de comunicación no pueden quedarse atrás” características que muestran buenas relaciones entre todos.

Una gran necesidad manifestada por los participantes en la OPS son los encuentros presenciales en los cuales se viven experiencias, capacitaciones, talleres y trabajos de campo con los que se fortalecen los vínculos de amistad de los asistentes y la adquisición de conocimientos, como respuesta a dicha solicitud los directivos expusieron que a inicios del mes de enero de 2024 se estaría realizando el encuentro presencial.

Recomendaciones para fortalecer la comunicación y para fortalecer la red: Las aplicaciones de comunicación inmediata entre personas (whatsapp, correo electrónico, llamadas telefónicas) son una de las principales herramientas utilizadas por Mix Medios para la

comunicación constante con sus aliados. Al analizar los testimonios de los integrantes de la Red de Medios manifiestan que son los medios más eficientes e inmediatos a través de los cuáles reciben las notificaciones, programas e información de interés que fortalece sus Entidades sin ánimo de lucro, aunque sugieren que las llamadas se realicen con mayor frecuencia y así lograr una mayor fluidez y apoyo en los procesos de cada uno.

## Proyección Comunicacional

Mix Medios S.A.S es una organización que como agencia publicitaria, integra las emisoras comunitarias del Eje Cafetero (Caldas, Risaralda, Quindío), permitiendo desde su objeto social el fortalecimiento de los medios locales y comunitarios. Desde la fecha de su creación y constitución ha procurado que los agentes participantes en la Organización se capaciten, encuentren acompañamiento continuo en sus procesos organizacionales y legales lo que los lleva a potenciarse y consolidarse como medios de comunicación que trabajan en pro de sus comunidades y el desarrollo social.

La organización se ha ido fortaleciendo cada día con la vinculación de nuevos medios de comunicación comunitarios, pasando de ser no solo una red de emisoras comunitarias sino también una red de canales locales, medios alternativos y digitales de la región, los cuáles motivados por el ejemplo y testimonios de sus allegados y colegas comunicativos han encontrado en los directivos y coordinadores de la Red de Medios un acompañamiento constante en la resolución de sus dificultades no solo económicas sino también en el fortalecimiento de sus equipos de trabajo locales.

Luego de haber realizado la fase de análisis, observación e investigación, se determinó que para lograr el fortalecimiento constante la estructura de su comunicación es en forma de rueda, en los que se involucran los medios de comunicación, clientes, proveedores y entidades públicas, lo que permite una velocidad en la comunicación ya que es rápida y adecuada, genera participación en los cuáles todos los participantes tienen voz y voto, les permiten la adquisición de conocimientos y fortalecen el liderazgo con el fin de ser reflejado en las comunidades locales impactadas por estos medios de comunicación. Guzman 2012.

En sus inicios, Mix Medios se apoyaba en los trabajos de campo realizados por estudiantes de Comunicación Social, quienes se desplazaban a los municipios con el fin de apoyar procesos comunicativos, caracterización de audiencias, análisis, perfilación y potencialización de los medios pero desde hace aproximadamente 6 años se han apoyado en los encuentros y talleres presenciales que les ayudan a evaluarse a si mismos y a partir de ello conocer las necesidades de la comunidad para fortalecerse y cerrar esas falencias comunicativas.

A raíz de la pandemia Covid 19 los encuentros se realizan de forma virtual, lo cual se ha convertido en una gran brecha y en ocasiones se ha evidenciado alejamiento de algunos integrantes de la Red puesto que manifiestan la necesidad de los encuentros y capacitaciones presenciales como alternativa de fortalecimiento no solo académico y laboral sino también de amistad y familiaridad que son uno de los propósitos base de Mix Medios.

### **Estrategia de Fortalecimiento organizativo y Comunicacional**

Objetivos:

- Potenciar a la radio comunitaria como fenómeno cultural y como medio de información de los hechos diarios de las localidades, con responsabilidad a la entrega de contenidos que reflejen el diario vivir de sus oyentes, costumbres e historias de vida propias.

- Formar, potenciar y motivar a los medios comunitarios al cumplimiento de este objeto social que su comunidad tomará a bien y para el progreso propio.

Una de las mayores labores de los medios de comunicación es la de informar con veracidad y sin cesgos. La característica de la radio comunitaria es la entrega de información y contenidos propios que contribuyen al desarrollo y cambio social, programas y espacios radiales que resaltan historias de vida, rescatan los hechos autóctonos de cada región los cuales se

imparten y comparten entre los mismos medios fortaleciendo y resaltando así su nombre Red de Medios Ciudadanos.

Otra de las estrategias de fortalecimiento es el convenio, apoyo y acompañamiento que se ha venido logrando con las demás redes del país entre ellas, Asoredes de Antioquia, Resander de Santander, Asenred de Antioquia, las cuaples no han dado el acompañamiento en la difusión e intercambio de contenidos y pautas radiales, aprendizaje, estructuración, presentación y ejecución de proyectos que están en pro de las comunidades.

Las alianzas no solo se han realizado con organizaciones o medios tradicionales sino que también se ha dado apertura a medios digitales, plataformas de difusión y redes sociales, con el ánimo de expandir los medios a través de los cuales se emita y entregue la información llegando a todas las personas impactadas la programación.

Un amplio grupo de entidades públicas, privadas, gubernamentales y educativas se han visto interesadas y han brindado capacitación y tanto a los directivos como a los operadores y locutores de los medios participantes todo con el fin de potenciar los medios para que con sus servicios óptimos ellos puedan intervenir con programas y pautas radiales convirtiéndose en clientes y proveedores de Mix Medios y sus emisoras comunitarias.

Así como la comunicación en los medios comunitarios debe ser constante y cambiante, la forma de entrega de contenidos, servicio al cliente efectividad en el cumplimiento de los deberes debe ser continua, la observación, autoevaluación y análisis de resultados también lo debe ser puesto que la retroalimentación de los externos se debe tomar como base a la mejora de los servicios a las comunidades.

Uno de los planes de mejora que más referencian los agentes de Mix Medios es de continuar más a menudo con la realización de los encuentros, capacitaciones y acompañamiento a cada uno de ellos.

Partiendo de ello, se ha buscado la alianza y acercamiento con organizaciones privadas entre ellas la Unidad Solidaria, Fundación Comunikate y la Central de Integración y Capacitación Cooperativa, los cuales han querido acompañar los procesos de las emisoras comunitarias del país especialmente las emisoras participantes en la Red de Medios Ciudadanos las cuales con la realización de encuentro y capacitación en el Fortalecimiento a medios Alternativos, comunitarios y Digitales en el Marco de la Asociatividad Solidaria para la Paz han abierto y atendido el llamado a reunirnos para dar los primeros pasos en la caracterización de los medios comunitarios del Eje Cafetero y Antioquia. En el encuentro realizado en la ciudad de Manizales Caldas se tuvo la oportunidad de conocer sobre la Asociatividad, las necesidades de cada medio de comunicación y las posibles alternativas de mejora.

Para ello se realizó el taller *Nos Comunicamos Para*, y en base a ello se retroalimentó y construyó un plan conjunto que se prevee ejecutar en los próximos meses, lo que ayudará a fortalecer la comunicación interna y externa en la Organización Mix Medios S.A.S y sus participantes.

Con los resultado y socialización del taller también se logró reireccionar la estructura Organizativa de Mix Medios, involucrando a todos los participantes en su construcción afianzando así el objetivo de la igualdad en la expresión y toma de decisiones.

## **Jornada de Devolución – Validación de la Estrategia**

Para la realización de la actividad de devolución con los integrantes de Mix Medios S.A.S, se motivó la participación de ellos en el evento de la Asociatividad puesto que fue el momento preciso para comenzar con la implementación del plan de mejora comunicacional, la oportunidad de estrechar y fortalecer los lazos de amistad, compartir y conocer como mejorará Mix Medios y cada integrante de La Red de Medios Ciudadanos.

Los resultados de la jornada fueron muy positivos puesto que se contó con la participación de directivos y operadores de las emisoras comunitarias de Aguadas, La Merced, Anserma, Manzanares, Dorada, Samaná, Chinchiná y Manizales caldas, Caparrapí Cundinamarca y Belén de Umbría Risaralda, creando un compromiso de apoyo y fortalecimiento en los objetivos de desarrollo social de cada uno de ellos y de sus medios representantes.

Algunos participantes resaltaron la labor que se ha venido realizando y manifestaron la necesidad latente de un encuentro presencial, para el cual los compañeros de los medios de Aguadas Caldas postularon su municipio como sede al encuentro en enero del 2024.

A corto plazo y como inicio del plan comunicación se convocó a los integrantes de Organización a participar del taller Periodismo de Calidad como Antídoto contra la desinformación el cuál se entregó a los integrantes de La Red de Medios Ciudadanos el día 1 de diciembre en la ciudad de Manizales.

El taller fue dictado por la periodista Ana María Saavedra y apoyado por Efigas y la fundación Gabo.

## Conclusiones

Con la estructuración de proyectos comunicativos se logra la construcción de las redes sociales articuladoras de las organizaciones, logrando enrutar los objetivos de estas, en pro del desarrollo comunitario.

En gran parte la sostenibilidad de las empresas no se da solo a nivel económico, sino a nivel del desarrollo y evolución de sus redes sociales, las cuáles le permiten ser agentes y lieres de proyectos que dejan huella en la organización y sus alrededores.

Con el fortalecimiento de los medios de comunicación locales se logra cambiar y tener una nueva perspectiva de transformación social en las comunidades impactadas por estos medios de comunicación haciendo visible y cumpliendo con el objeto social de hacer participe a las comunidades en estos procesos de cambio y formación.

A pesar de que la virtualidad ha dado la oportunidad de encuentros constantes y a acortado distancias, para los medios de comunicación es de vital importancia tener acercamientos personales, encuentros en los cuáles se fortalezcan los lazos de amistad y se afiance la adquisición de conocimientos apoyados por diferentes entidades públicas, privadas y gubernamentales que a su vez ven los canales de distribución (emisoras, canales de TV comunitarios, medios digitales y alternativos) unos aliados en la difusión de sus contenidos, boletines de prensa, pautas publicitarias y demás temas de interés para las regiones convirtiéndose en aliados y clientes fijos.

Las emisoras comunitarias, son los principales canales de cambio social puesto que con cada uno de sus contenidos impactan positivamente en las audiencias logrando un cambio en las perspectivas de vida y de la sociedad.



La labor de las agencias publicitarias y entidades que agremian las emisoras comunitarias, más que entregar recursos económicos, tienen la responsabilidad de apoyar la transformación de los medios comunitarios para brindar mejores contenidos y optimizar la entrega de sus productos publicitarios.

A pesar de que los medios virtuales acortan las distancias, las organizaciones, ONG, medios de comunicación comunitarios, alternativos y digitales necesitan constante acompañamiento y encuentros presenciales en los cuales puedan compartir y afianzar sus experiencias comunicativas.

### Referencias Bibliográficas

- Artigas, W. y Romero, M. (2013). *Sostenibilidad de las radios comunitarias: una mirada a las fuentes de financiamiento*. Opción , 29 (71), 107-124.
- Candonga Maldonado, J. C. (2018). *De la radio tradicional a la radio on line: estudio de caso mediante las radiodifusoras de la provincia de Cotopaxi* (Bachelor's thesis, Ecuador: Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC).
- Diplomado señales de paz. (2017).  
[https://issuu.com/josemagazine/docs/asi\\_suena\\_la\\_paz\\_en\\_colombia\\_-\\_rcpc\\_2017/s/17438411](https://issuu.com/josemagazine/docs/asi_suena_la_paz_en_colombia_-_rcpc_2017/s/17438411)
- De la Noval Bautista, L. A. (2018). *La radio comunitaria en función del desarrollo*. Revista *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 6(2), 52-64.
- Escuela en Casa. (2020). <https://www.aguadas-caldas.gov.co/noticias/escuela-en-casa>
- Herrera S, J. J. (2013). *La radio comunitaria, estrategia para la comunicación pública*.
- Lema-Blanco, I. (2015). *Los medios de comunicación comunitarios como espacios de educación no formal para los/las jóvenes*. Revista de Estudios e investigación en psicología y educación, (14), 14-28.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2010). Resolución 415 de 2010. <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/>
- Moreno, E. Y., & Rocha, C. A. (2006). *La radio comunitaria para la construcción de lo público: un análisis de nueve emisoras comunitarias del Huila*. Mediaciones, 4(6), 53-62.
- Muñoz, L. E. P. (2013). *Radio comunitaria, un espacio educativo no formal en la comunidad*. REXE. Revista de estudios y Experiencias en educación, 12(24), 183-193.

Paz, V. G. (2012). *Comunicación organizacional*. Tlalnepantla, Estado de México.: Red tercer milenio.

Roa, O. G. M., & Ortega, E. G. (2016). Desafíos de sostenibilidad de la radio comunitaria en. *Nexus*, 6-22.

Santos Aparicio, D. K., & Castañeda Rincón, A. J. (2019). Usos y apropiaciones de la radio comunitaria, armonía Stéreo, del municipio del Zulia, en el departamento Norte de Santander, periodos 2013 y 2014.

Vallejo R, Roger. Mesa Nacional de radio Comunitaria de Colombia.

<https://www.redsindamanoy.com/encuentro-mesa-nacional-de-radio-en-bogota/>

## Apéndices

### Apéndice A

#### Carta de intención

Villamaría Caldas septiembre 6 de 2023

Señor  
Jhon Jairo Herrera Sánchez  
Propietario  
**MIX Medios S.A.S**

Cordial saludo.

Mi nombre es Luz Adriana López Salazar identificada con C.C. 1055833641 del municipio de Aguadas Caldas, actualmente me encuentro cursando el programa de Comunicación Social en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia y estoy ad portas de recibir el título de Comunicador Social. Escogí como trabajo de grado una opción muy interesante que es el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación.

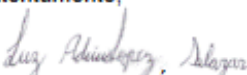
El Diplomado busca posibilitar que, a través de un trabajo académico e investigativo, el estudiante proponga una acción o acciones de fortalecimiento comunicacional dirigidas a la organización con la cual se desarrolló la investigación. Estas acciones hacen parte de una estrategia que será formulada a partir de un juicioso proceso de contacto, indagación, y conocimiento de la organización, obviamente acogiéndose a los parámetros que las dinámicas propias de esta exijan.

La organización no se compromete a implementar la estrategia que el estudiante diseñe y proponga, pero si la organización lo considera adecuado y provechoso, sería muy importante realizar dicha implementación, lo cual además evidenciaría la pertinencia de la estrategia diseñada y posibilitaría alcanzar los objetivos propuestos en esta. Los resultados del trabajo realizado con la organización serán publicados en un documento académico en el cual quedará consignado todo el proceso.

Por lo anteriormente expuesto, solicito comedidamente que me permitan realizar con ustedes este trabajo durante los próximos 4 meses, en los cuales además de desarrollar la investigación, se buscará que los frutos de esta sean acciones que fortalezcan y mejoren las dinámicas comunicativas dentro de su organización.

Mil gracias por su atención,

Atentamente,

  
LUZ ADRIANA LÓPEZ SALAZAR  
1055833641

## Apéndice B

### Carta de Aprobación

Villamaría Caldas septiembre 6 de 2023

Señor  
Jhon Jairo Herrera Sánchez  
Propietario  
**MIX Medios S.A.S**

Cordial saludo.

Mi nombre es Luz Adriana López Salazar identificada con C.C. 1055833641 del municipio de Aguadas Caldas, actualmente me encuentro cursando el programa de Comunicación Social en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia y estoy ad portas de recibir el título de Comunicador Social. Escogí como trabajo de grado una opción muy interesante que es el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación.

El Diplomado busca posibilitar que, a través de un trabajo académico e investigativo, el estudiante proponga una acción o acciones de fortalecimiento comunicacional dirigidas a la organización con la cual se desarrolló la investigación. Estas acciones hacen parte de una estrategia que será formulada a partir de un juicioso proceso de contacto, indagación, y conocimiento de la organización, obviamente acogiéndose a los parámetros que las dinámicas propias de esta exijan.

La organización no se compromete a implementar la estrategia que el estudiante diseñe y proponga, pero si la organización lo considera adecuado y provechoso, sería muy importante realizar dicha implementación, lo cual además evidenciaría la pertinencia de la estrategia diseñada y posibilitaría alcanzar los objetivos propuestos en esta. Los resultados del trabajo realizado con la organización serán publicados en un documento académico en el cual quedará consignado todo el proceso.

Por lo anteriormente expuesto, solicito comedidamente que me permitan realizar con ustedes este trabajo durante los próximos 4 meses, en los cuales además de desarrollar la investigación, se buscará que los frutos de esta sean acciones que fortalezcan y mejoren las dinámicas comunicativas dentro de su organización.

Mil gracias por su atención,

Atentamente,  
*Luz Adriana López Salazar*  
LUZ ADRIANA LÓPEZ SALAZAR  
1055833641  
[Luz\\_a.dri.352@gmail.com](mailto:Luz_a.dri.352@gmail.com)  
3148869349

Recibido 09 de septiembre de 2023

*Jhon Jairo Herrera Sánchez*  
  
Jhon Jairo Herre Sánchez

 **Mix Medios**  
Gestión y Consultoría

 **RMC**  
REDES SOCIALES DE COMUNICACIÓN

Villamaría Caldas 09 de septiembre de 2023

Señora  
LUZ ADRIANA LÓPEZ SALAZAR  
Estudiante UNAD

Cordial saludo, espero se encuentre muy bien.

De acuerdo con su solicitud, nos permitimos informarle que es para nosotros un gusto poder abrir los espacios en la organización, para el desarrollo de su actividad académica, la cual esperamos fortalezca sus capacidades profesionales y aporte al desarrollo de nuestra empresa.

Atentamente,

*Jhon Jairo Herrera Sánchez*  
JHON JAIRO HERRERA SÁNCHEZ  
Propietario  
MIX Medios S.A.S

MIX MEDIOS S.A.S NIT 901215304-6  
CALLE 43 # 1 - 348 LA FLORIDA - VILLAMARÍA, CALDAS  
TEL: 3174280573 - e-mail: [mixmediosia@gmail.com](mailto:mixmediosia@gmail.com) - [www.mixmediosia.com](http://www.mixmediosia.com)

**Apendice C**

*Link Entrevista Inicial*

[https://soundcloud.com/user-776396879/entrevista-mix-medios-sas?si=dc201dae955d4107af279c868eb28e08&utm\\_source=clipboard&utm\\_medium=text&utm\\_campaign=social\\_sharing](https://soundcloud.com/user-776396879/entrevista-mix-medios-sas?si=dc201dae955d4107af279c868eb28e08&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing)

## **Apéndice D**

### *Preguntas Fase 3*

#### **Comunicación participativa:**

1. ¿Cuáles son las alternativas de consecución de recursos económicos que ha implementado Mix Medios ante la notable disminución de pautas publicitarias?
2. ¿Cuáles son los temas centrales y relevantes elegidos para las capacitaciones brindadas a los medios de comunicación comunitarios?
3. Uno de los valores diferenciales de Mix Medios, con otras redes y agencias del país es la producción de contenidos propios para las emisoras comunitarias ¿Cómo se da el intercambio de estos productos y cuál es la aceptación de parte de las audiencias?

#### **Comunidad:**

1. ¿Cuál es el acompañamiento que brinda Mix Medios a las emisoras comunitarias que los lleve a cumplir su labor social?
2. ¿Cómo se da la vinculación de Mix Medios a los procesos de cambio social en cada uno de los municipios en los que hace presencia las emisoras comunitarias?
3. A raíz de las alianzas con entidades públicas, privadas y gubernamentales ¿Mix Medios cómo motiva al cumplimiento con la labor educativa brindada desde las emisoras comunitarias?

#### **Red Social:**

1. ¿A partir del apoyo académico que se brinda las emisoras comunitarias, ¿cuál es la aceptación de éstos para la formulación y desarrollo de proyectos?
2. ¿Cuál fue la necesidad detectada en las emisoras comunitarias de la región Eje Cafetero Que llevó a crear Mix Medios?
3. ¿Qué características se toman en cuenta para la vinculación de las emisoras comunitarias a Mix Medios?

**Apéndice E**

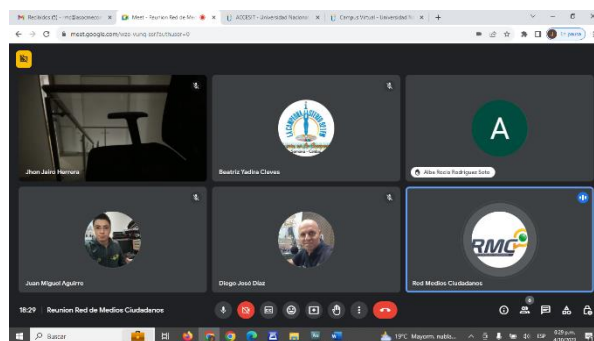
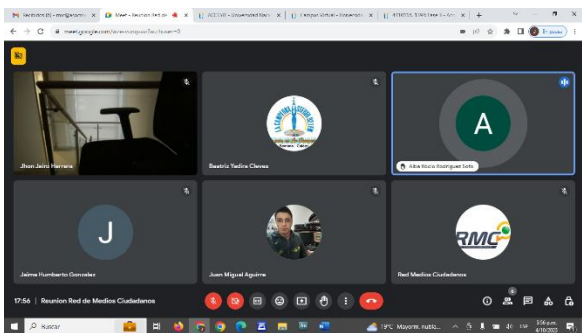
*Link Entrevista fase 3*

[https://soundcloud.com/user-776396879/unad-yayi?si=e6837cdc83ff4684b46eb4bb30951397&utm\\_source=clipboard&utm\\_medium=text&utm\\_campaign=social\\_sharing](https://soundcloud.com/user-776396879/unad-yayi?si=e6837cdc83ff4684b46eb4bb30951397&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing)



# Apéndice F

## Fotografías Trabajo de Campo



# Apéndice G

## Fotografías Jornada de Devolución

MIX MEDIOS S.A.S

**JORNADA DE DEVOLUCIÓN  
VALIDACIÓN PROYECTO  
ACADÉMICO "MIX MEDIOS  
COMUNICACIÓN Y DESARROLLO  
SOCIAL"  
2023**

RMC  
RED DE MEDIOS  
CIUDADANOS



¿Cómo fortalecer nuestras emisoras y medios comunitarios para conocer y lograr un acercamiento mayor con nuestras comunidades y potenciarlos en proyectos de construcción de tejido social?

Lunes 27 de noviembre de 2023 12:30pm

Manizales Caldas, Auditorios de Ingeniería Universidad de Caldas.



**Apéndice H**

*Enlace de acceso al video de Devolución- Validación de la Estrategia*

<https://youtu.be/gRIOPbeS2iA>