

DECRETO
DISTRITAL



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Documento de Soporte

Decreto Distrital de política pública

Consejo Distrital de Política Económica y Social del Distrito Capital

“POLÍTICA PÚBLICA DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA 2023-2034”

Secretaría Distrital de Gobierno

Sector: Gobierno

Entidad: Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal: IDPAC

Mayo de 2022

1



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)



ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D. C.

Sectores y entidades responsables y corresponsables

Secretaría General

Secretaría Distrital de Gobierno

Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

Secretaría de Educación del Distrito

Secretaría Distrital de Desarrollo Económico de Bogotá

Secretaría Distrital de Integración Social

Alcaldías Locales

Canal Capital

Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Resumen ejecutivo

Este documento presenta los puntos más relevantes en materia de la formulación de la Política Pública de Comunicación Comunitaria y Alternativa en Bogotá 2023 – 2034, partiendo del análisis de la información recolectada en el diagnóstico e identificación de factores estratégicos de la fase de agenda pública, y del proceso de formulación de las acciones que pretenden dar respuesta a la situación problema identificada.

Para ello es pertinente comenzar contextualizando al lector sobre el sustento conceptual sobre el cual se desarrolla la política: la comunicación. Después de un abordaje teórico conceptual amplio, esta política parte de la noción de comunicación entendida como un proceso social y cultural basado en la interacción verbal o no verbal, con fines e intenciones que no se limitan a la transmisión o difusión de información, sino que influyen en el comportamiento de los sujetos involucrados en el contexto comunicacional (Magarola, 2014; Mendo y Garay, 2005).

Desde este punto de vista, la comunicación comunitaria hace referencia a un proceso social y cultural que expresa cierta mirada crítica hacia el orden establecido, con la intención de intervenir realidades sociales basado del trabajo de actores y organizaciones que promueven la participación ciudadana y los lazos comunitarios, y que en algunos casos retoma y reivindica el arte y la cultura como procesos de comunicación y formas políticas de ver y transformar la realidad (Magarola, 2014; Kaplún, 2007).

De otro lado, la comunicación alternativa es un concepto que surge a partir de la identificación de desigualdades en torno al flujo de la información, las posibilidades de acceso y expresión de diferentes opiniones, sobre todo en clave de los derechos de los sujetos sociales históricamente censurados. En otras palabras, se refiere a la diversificación de medios, alternativos a los hegemónicos, con vocación de ser contrahegemónicos, ya sea por los contenidos que producen, las tecnologías que emplean, o por las voces de minorías que rescatan en sus producciones.

Así pues, la comunicación comunitaria y alternativa, se entiende como una estrategia para construir sociedades más justas y relaciones más solidarias basadas en la comunicación, es decir, en la interacción, el diálogo y el encuentro de la diversidad (Dávila y Molina, 2019; Chacón, 2015). En ese sentido, los procesos de comunicación comunitaria y alternativa se posicionan entonces desde una perspectiva relacional que pondera la comunicación humana y la construcción colectiva del conocimiento, distanciándose así del paradigma



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

instrumental que entiende a la comunicación como simple transmisión de información.

Además del sustento conceptual y teórico, es imprescindible mostrarle al lector la situación de Bogotá de finales de los años setenta, cuando ya se contaba con múltiples experiencias y procesos de comunicación comunitaria y alternativa caracterizadas por la heterogeneidad de las personas que la promueven, objetivos, mecanismos de funcionamiento y de financiación. Estas experiencias operaban como entidades sin ánimo de lucro, bajo la intencionalidad de servir como espacios para el diálogo de los problemas del entorno en el que se desenvuelven y se constituyeron como una alternativa a los medios masivos para la circulación de opiniones y expresiones culturales e identitarias de la época (Chacón, 2015).

El sostenimiento de estas iniciativas y de los medios comunitarios y alternativos que las promueven se ha basado históricamente en el trabajo voluntario y la autogestión de sus integrantes, sin embargo, este ha resultado insuficiente con el tiempo. Esta circunstancia desencadenó que, en la década de los noventa, las personas que propician este tipo de ejercicios se movilizaran con el fin de obtener garantías para su funcionamiento, no solo de parte del Estado sino a través de la obtención de recursos vía convocatorias o financiación de terceros, pensando en los medios comunitarios y alternativos como mecanismos de expresión y difusión de múltiples identidades y culturas existentes en Bogotá.

Estas movilizaciones y el auge y crecimiento de los medios comunitarios y alternativos, han llevado a que desde el año 2004 las problemáticas que aquejan a los medios entren en la agenda pública de Bogotá. En este contexto, surge la primera iniciativa distrital para la formulación e implementación de una política pública, que se materializó, en un primer momento a través del Acuerdo 292 de 2007, mediante el cual el Concejo de Bogotá estableció lineamientos de política pública en materia de comunicación comunitaria en Bogotá y se ordenó implementar acciones de fortalecimiento de la misma. En un segundo lugar, al año siguiente se adopta la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria 2008-2016 mediante Decreto 150.

A pesar de los esfuerzos del Distrito por implementar la política pública, se ha identificado que las dificultades para el ejercicio de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa permanecen, en el desarrollo de esta política se contaron con buenas prácticas, desde el IDPAC se contó con la caracterización, el poder establecer el directorio distrital de comunicación comunitaria y el acompañamiento desde la secretaria técnica de la mesa distrital de comunicación comunitaria. Es por eso que, en 2019, los directores de los medios comunitarios y alternativos representativos del sector, suscribieron el “Pacto por la



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

reconstrucción y el fortalecimiento de la comunicación comunitaria y alternativa” con la entonces candidata a la Alcaldía Mayor de Bogotá, Claudia López, y trabajar conjuntamente para promover la comunicación comunitaria y alternativa y el goce efectivo del derecho a la información y expresión de la comunidad. Cabe resaltar que el principal resultado de dicho pacto fue realizar el proceso de reconstrucción, actualización y relanzamiento de la política pública de comunicación comunitaria y alternativa del Distrital, Tal vez una de las lecciones aprendidas de esta política es poder consolidar plan de acción concertado, contar con unos indicadores de seguimiento y lo más importante tener recursos establecidos para el desarrollo de los productos acordados

Para dar cumplimiento al pacto, el Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal - IDPAC- se comprometió a formular la política pública de comunicación comunitaria, en el marco del Plan de Desarrollo de Distrital 2020-2024: Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI. Implementando la metodología para la formulación de políticas públicas establecida por la Secretaría Distrital de Planeación, y de manera participativa, el IDPAC logró identificar que el problema central de la política pública es que *los medios comunitarios y alternativos en Bogotá presentan debilidades organizativas y condiciones no favorables para su funcionamiento que impiden la consolidación de la comunicación comunitaria y alternativa como proceso para la construcción democrática de Bogotá.*

Dicho problema se explica porque persiste la existencia de débiles capacidades organizativas de los integrantes de los medios comunitarios y alternativos para alcanzar los propósitos de la comunicación comunitaria y alternativa, lo que se ve reflejado en:

- Baja capacidad para tramitar, de forma proactiva, los conflictos entre los representantes de los medios comunitarios y alternativos al interior de las instancias de participación.
- Débiles capacidades técnicas y administrativas de los integrantes de los medios para el desarrollo de procesos de comunicación comunitaria y alternativa
- Debilidad en la capacidad de los integrantes de los medios comunitarios de comunicación para crear redes y alianzas.

Adicionalmente, se identificó una falta de legitimidad sobre el qué hacer de los medios comunitarios y alternativos, y el poco acceso a recursos logísticos y financieros para el ejercicio de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa, lo que impiden la consolidación de comunicación comunitaria y alternativa como proceso para la



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

construcción democrática de Bogotá.

Esta situación problemática es la que se pretende solucionar a partir de la formulación de esta política pública, cuyo objetivo general se enfoca en *promover la comunicación comunitaria y alternativa como proceso para la construcción democrática de Bogotá a partir del fortalecimiento organizativo de los medios comunitarios y alternativos*.

En este sentido, se plantean tres (3) objetivos específicos enfocados a alcanzar lo planteado en el objetivo general. Estos son:

- I. Fortalecer las capacidades organizativas de los integrantes de los medios comunitarios y alternativos para alcanzar los propósitos de la comunicación comunitaria y alternativa.
- II. Fortalecer el reconocimiento y legitimidad de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa como promotores en el desarrollo social, cultural y político.
- III. Incrementar el acceso a recursos logísticos y financieros de los medios comunitarios y alternativos para el ejercicio de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa.

Los objetivos mencionados se desarrollarán a partir de acciones específicas que pretenden contribuir al mejoramiento de la situación problemática identificada y de esta manera alcanzar lo planteado en el objetivo general.

Serán entidades responsables en la política son la Secretaría Distrital de Gobierno, la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, la Secretaría de Educación, la Secretaría de Desarrollo Económico, la Secretaría Distrital de Integración Social, Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá y las Alcaldías Locales, en coordinación con los sectores y sus respectivas entidades adscritas y vinculadas, quienes además velarán por el cumplimiento, continuidad y control de los lineamientos, estrategias y productos de la política pública.

El Instituto Distrital para la Participación y Acción Comunal- IDPAC será la entidad encargada de liderar la implementación y seguimiento de la política pública, a través de la Subdirección de Fortalecimiento a la Organización Social.



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Tabla de contenido

<i>Resumen ejecutivo</i>	3
<i>Siglas y abreviaciones</i>	8
<i>Introducción</i>	10
<i>Antecedentes y justificación</i>	12
Estrategia, proceso y resultados de la participación	41
Concertación de productos para el plan de acción de la política pública	51
Validación Mesa de Trabajo de la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria.....	52
<i>Diagnóstico</i>	54
<i>Formulación de la política</i>	59
Objetivo general	60
Objetivos específicos	60
Estrategias o líneas de acción	60
1.1. Gestión comunicativa de la política pública.....	60
1.2. Gestión del conocimiento de la política pública	¡Error! Marcador no definido.
1.3. Gestión de la institucionalidad de la política pública.	63
1.4. Gestión de la paz y reconciliación en la política.	¡Error! Marcador no definido.
<i>Políticas públicas relacionadas (etiquetas)</i>	66
Política Pública Integral de Derechos Humanos – CONPES DC 05	66
Política Pública Distrital de Juventud – CONPES DC 08.....	67
Política Pública de discapacidad.	68
Política Pública de Economía Cultural y Creativa CONPES D.C. 02 de 2019.....	69
Política Pública de Mujeres y Equidad de Género CONPES D.C. 14 de 2020	69
<i>Sectores y entidades corresponsables</i>	70
<i>Seguimiento y evaluación</i>	70
<i>Financiamiento</i>	72
<i>Bibliografía</i>	75
<i>Anexos</i>	77



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Siglas y abreviaciones

ACPO	Acción Cultural Popular
IAP	Investigación Acción Participativa
IFMCA	Índice de Fortalecimiento de Medios Comunitarios y Alternativos
IDPAC	Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal
MCC	Mesa Distrital de Comunicación Comunitaria
NOMIC	Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación
SHD	Secretaría de Hacienda Distrital

Índice de tablas.

Tabla 1 Sectores y poblaciones de los medios 2022 fuente: IDPAC	35
Tabla 2 Cifras inversión – fuente: Consejería de Comunicaciones del Distrito y Secretaría General de la Alcaldía Mayor	38
Tabla 3 Identificación de objetivos - resultados esperados y comunes denominadores	60
Tabla 4 Estructura de la Política.	65
Tabla 5 Acciones Política Pública DDHH.....	67
Tabla 6 Acciones Política Pública de juventud.	68
Tabla 7 Acciones Política Pública de Discapacidad	69
Tabla 8 Acciones Política Pública de Economía Cultural y Creativa.....	69
Tabla 9 Financiación.	74

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Comunicación comunitaria - Elaboración IDPAC	15
Ilustración 2 Resumen comunicación comunitaria y alternativa- Elaboración IDPAC.....	17
Ilustración 3 Comparativo medios comunitarios y alternativos 2017 – 2022. Fuente IDPAC	30
Ilustración 4 Número medios por localidad 2022- Fuente: IDPAC.....	31
Ilustración 5 Número de medios comunitarios y alternativos registrados en el Directorio	



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Distrital, por localidades 2022.....	32
Ilustración 6 Etapas de fortalecimiento de los medios IFMCA 2022.	34
Ilustración 7 Temas identificados IFMCA 2022 fuente: IDPAC.....	36
Ilustración 8 Encuesta Universidad EAFIT, 2017.	37
Ilustración 9 Comportamiento del número de medios comunitarios 2017-2022 – IDPAC. Fuente EAFIT 2027 y Directorio Distrital 2022.....	41
Ilustración 10 Árbol del problema	58



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Introducción

La Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria y Alternativa surge de la necesidad de dar respuesta a las problemáticas que se han identificado en torno a los procesos y ejercicios comunicativos de los medios comunitarios y alternativos de Bogotá.

Esto, en el entendido que a pesar de los avances en la inclusión de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa como un problema público y del desarrollo de un marco normativo al respecto, confluyen varios factores que inciden negativamente en la consolidación de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa como instrumento de desarrollo social. Dichos factores están asociados principalmente a las debilidades organizativas y condiciones no favorables para el funcionamiento de los medios de comunicación comunitaria y alternativa que impiden la consolidación de la comunicación comunitaria y alternativa como proceso para la construcción democrática de Bogotá.

El Instituto Distrital para la Participación y Acción Comunal- IDPAC es la entidad encargada de liderar la implementación y seguimiento de la política pública, a través de la Subdirección de Fortalecimiento a la Organización Social, ha estado a cargo de articular los diferentes espacios de discusión y concertación en torno a las acciones que contribuyen al mejoramiento de la situación problemática identificada. Como resultado de estos ejercicios, se identificó que los medios continúan padeciendo una serie de necesidades que permanecen en el tiempo y que son reiterativas, como lo son acceder a estrategias de fortalecimiento organizativo enfocados a procesos formativos y de cualificación en temas como creación contenidos, innovación y estrategias de publicidad. De igual manera, es fundamental implementar mecanismos de fortalecimiento tendientes a promover la sostenibilidad administrativa y financiera de estos nichos de emprendimiento socio-económico. Y finalmente, garantizar espacios de participación activos, inclusivos y democráticos que les permita a los actores de la comunicación comunitaria comunicarse, articularse, integrarse e incidir en los asuntos públicos que afectan a este sector.

Este documento hace parte de los anexos que soportan la política pública en mención, la cual fue formulada de manera participativa y basada en los enfoques diferenciales e interseccionales. Lo anterior teniendo en cuenta que se priorizaron estrategias de



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

fortalecimiento a medios comunitarios desde enfoques de género, étnico, generacional y de condición, diferenciando la atención y necesidades de medios conformados por hombres, mujeres, población LGBTI, personas mayores, jóvenes, de comunidades étnicas, personas víctimas del conflicto o que trabajan temas de paz, ambientalistas, animalistas, biciusuarios, personas con discapacidad, que habitan en la ruralidad, entre otros.

De igual manera, se priorizan acciones desde el enfoque territorial teniendo en cuenta que desde el diagnóstico se identificó que, aunque en términos generales en todas las localidades se presentó un aumento del número de medios comunitarios, algunas localidades cuentan con la mayor presencia de estos, por lo cual se va a requerir analizar la distribución de los recursos para su fortalecimiento, especialmente de aquellos que se requieran priorizar por estar en los estratos uno y dos como son ubicados en zonas sur, suroriente y suroccidente de Bogotá.

Este abordaje de la situación problema desde los enfoques de política pública se robustece aún más al reconocer vínculos en otras políticas públicas poblacionales y sectoriales que de alguna manera aportan al cumplimiento de los objetivos de esta política.

Teniendo en cuenta lo anterior, cuenta con una primera sección en la que se presentan los antecedentes y justificación, así como el proceso de proceso de participación que se ha adelantado en la fase de formulación de la política. La segunda, se enfoca en los aspectos más importantes identificados en el diagnóstico e identificación de los factores estratégicos de la fase de agenda pública.

La tercera sección, se enfoca en presentar, en concordancia con lo definido en el diagnóstico, los objetivos, general y específicos, los resultados y productos propuestos, las entidades y sectores responsables, la hoja de ruta para el logro de los objetivos, así como el sistema de seguimiento y evaluación de la política.

La última sección, se centra en el planteamiento tanto los costos estimados de las acciones más relevantes para la implementación de la política, así como los principales recursos asignados para la ejecución de las acciones propuestas, considerando el horizonte de tiempo definido en la política pública.



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Antecedentes y justificación

¿qué se entiende por comunicación y comunicación comunitaria?

En el siglo XIX la moderna sociedad, prestó poca atención a los temas y conceptualizaciones de la comunicación, ya que se concentraba en la dinámica de la industria y los procesos productivos que en aquel entonces determinaban el desarrollo de modelos económicos que buscaban la expansión y el crecimiento sectorial. Sin embargo, a inicios del siglo XX, durante la I y II Guerra Mundial, se inició un uso inclusivo de los más media, teniendo como fin la manipulación masiva de ideales y preceptos de aquella época. Dentro de este marco, los medios tomaron una fuerza importante, donde las relaciones interpersonales se modificaron, e iniciaron fuerzas que buscaron el unitarismo y la homogeneidad de pensamiento. A partir de allí, se establecieron diversos modelos de comunicación, donde se pretendía fundamentarla, comprenderla y dimensionarla.

Desde otras perspectivas, se identifica el término de la comunicación a nivel semántico como un “compartir”, que va sucesivamente cambiando y teniendo modificaciones en el sentir (Wolf 1997). En la década de los años 20, la comunicación pasa a ser analizada desde los medios de comunicación, a estudiar contenidos televisivos a través de las propagandas francesa, almenas, inglesas y norteamericanas. En la década de los 40, desde la psicología clásica se estudia la comunicación como un estímulo-respuesta desde un modelo descriptivo donde, como señalaba Aristóteles, se señalaba el qué, quien, como y para qué, contemplando la comunicación como una secuencia que daba respuestas a cuestionamiento (Pastor, 2006).

Conceptualmente, Weaver y Shannon (1949) conciben la comunicación como un proceso lineal “[...] en donde los problemas comunicativos se resuelven desde el inicio de un punto, al cierre de otro eje, llevando consigo un sistema con ciertos conceptos e ideas claras a nivel conceptual”. Por su parte, Ruesch y Bateson (1965) señalan en que “el concepto de comunicación vincula aquellos procesos por el cual las personas se influyen mutuamente”. Así mismo, fundamentan los ruidos o inconvenientes que pueden afectar la comunicación. De hecho, Ruesch (1980) le aporta a la comunicación un principio organizador de la naturaleza que caracteriza a diversos seres vivos: “Es así que la comunicación tiene mediadores que se integran como: la materia viva: “Input” (Percepción), Funciones centrales (Memoria y Toma de decisiones) y por último el “Output” (expresión y acción)”.

Desde otro autor como Watzlawick, la comunicación es un “conjunto aspectos que



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

interactúan entre sí y se modifican, afectando las relaciones entre ellos”. Por su parte, Marc y Picard (1992) comprenden la comunicación como un término holístico y de proceso continuo, un todo que integra diversos aspectos. Según DeFleur (1993) “La comunicación es una fuente entendida como un organismo que codifica determinada información en señales y la traslada a otro (el receptor) que decodifica los símbolos y signos, y responde asertivamente. Esta concepción aplica a cualquier relación, incluso las existentes en los animales, la particularidad del ser humano es la capacidad de abstraer varias señales”. Por su parte, Hervás (1998) entiende la comunicación como “Un procedimiento en el cual un individuo o varios transmiten a otros mensajes utilizando con intención signos con sentido desde ambas partes, y por medio del cual se establece una relación con efectos”. Para efectos de esta política, se entiende la comunicación desde la propuesta de Mendo y Garay (2005), pues se le reconoce como una interacción social verbal o no verbal, con fines e intenciones de transmisión, y que influyen en el comportamiento de los sujetos que están en el contexto comunicacional.

Por su parte, la comunicación comunitaria en sus comienzos fue un campo de lucha (todavía lo es) frente a los medios masivos que mantenían el control de los mensajes. Esto, fue comprendido por diversos actores y reveló que la comunicación es un hecho político, y que la comunicación comunitaria entiende que los procesos más importantes de la comunicación se pueden observar en el territorio, donde las personas nutren su identidad política y comparten sus maneras de ver las cosas.

Así pues, pensar la comunicación comunitaria en América Latina, es entrar en un escenario en donde se encuentran múltiples conceptos o como los llama Kaplún “apellidos” emparentados entre sí. Cada uno de estos soportan su naturaleza “a partir de aportes teóricos de diversas corrientes, de escuelas de investigación en comunicación, educación y cultura, y a partir de experiencias y prácticas políticas, sociales y culturales, que se imbricaron y se enriquecieron mutuamente” (Magarola, 2014).

Esto supone entender que la comunicación comunitaria “propende a la integralidad y responsabilidad para expresar y fortalecer formas de vida en las que la razón instrumental no sea la guía dominante, con una ética de fomento a interrelaciones que superen las lógicas de dominación y que deberían diferenciarla de una comunicación privada-comercial y pública” (Dávila y Molina, 2019).

En este sentido, se relaciona con las necesidades de las comunidades y se expresa según Camilo Molina a través de dos pilares: “Uno que tiene que ver con lo social-misional y otro



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

con el proyecto político comunicativo dentro de su producción. El primero, retrotrae a la iniciativa originaria fundante, en cuanto apuesta colectiva vinculada a una ciudadanía con sujetos sociales apropiados de agendas e iniciativas que perduran. El segundo, como consecuencia de esta acción, expresa la tensión en el quehacer de la producción y programación que debe ir en consecuencia con el cumplimiento del objetivo común como condición de su vigencia, y credibilidad”.

Lo anterior, implica entenderla como un proceso social y cultural; estas características son las que hacen que se trate de un escenario cambiante, que se ve atravesado por diferentes momentos históricos y diferentes condiciones de carácter social, económico político y tecnológico, sin que este último punto signifique que se comprensión está dada por la tecnología, sino que abarca otras formas de intercambio, interacción, producción y creación. En este sentido, se hace “referencia a la capacidad que tienen los grupos, las comunidades, las organizaciones para expresar, e intercambiar sus producciones culturales y comunicacionales a partir de sus propias demandas, las formas de resolución de esas demandas, sus visiones acerca de la realidad y, además, hacerlo a través de múltiples lenguajes” (Magarola, 2014).

Ahora bien, siguiendo al Rodríguez Páez, “la comunicación comunitaria no sólo construye relaciones con movimientos populares sino también busca vínculos con públicos más amplios”. Para Gabriel Kaplún, la comunicación comunitaria inicio como una manera de “promoción social de las pequeñas comunidades”, lo que dio paso a la idea de “desarrollo local” a partir del cual entra en juego el impulso de esquemas productivos y sociales, para finalmente dar paso a las formas de ver lo comunitario como posibilidad “cambio social” y “democrático” de abajo hacia arriba. (Kaplún, 2007).

Siguiendo esta idea, puede verse a la comunicación comunitaria, como un proceso, como lo describe Margarola, que expresa cierta mirada crítica hacia el orden establecido; interviene en realidades sociales; trabaja con y desde los actores y las organizaciones, para promover la participación en los procesos de cambio social; concibe el arte y la cultura como procesos de comunicación y como formas políticas de ver la realidad, y promueve el restablecer los lazos comunitarios como un potencial transformador de la realidad.

En particular, para el caso de Bogotá, la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria en Bogotá, aprobada mediante el Decreto Distrital 150 de 2008, surge producto de la concertación y el trabajo conjunto entre los líderes de la comunicación comunitaria y alternativa y la administración. Desde allí se definió la comunicación



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

comunitaria como un proceso mediante el cual las comunidades asumen una voz propia y se organizan para integrarse y visibilizarse por intereses comunes (género, edad, etnia, credo, condición social o económica, orientación sexual, condiciones físicas y/o mentales, origen, territorio y asuntos lingüísticos, entre otros), para desarrollar y gestionar procesos comunicativos (medios de comunicación, formación, investigación, organización, entre otros), que reivindiquen a la población y sus derechos humanos. (Alcaldía de Bogotá, 2018).

Esta es una definición que en efecto recoge algunos de los planteamientos antes detallados. En ella encontramos que los diferentes actores sociales que participaron en su elaboración, buscan ser auténticos responsables y protagonistas de sus propias transformaciones sociales. En ese sentido, es evidente su interés por la democratización de la comunicación como derecho humano.



Ilustración 1 Comunicación comunitaria - Elaboración IDPAC

De allí que sea fundamental que en la política pública sean incorporados los enfoques de política pues son herramientas que permiten visibilizar las diferencias, asimetrías y desigualdades que producto de las relaciones de género y las dinámicas sociales en relación a la edad, la pertenencia étnico-racial, la identidad, la orientación sexual y otros factores territoriales y ambientales se exacerbaban y se experimentaban de manera diferenciada.

Definición sobre los tipos de medios comunitarios en Bogotá

Antes de entrar en las definiciones de los tipos de medios comunitarios, resulta importante distinguir algunas características generales o rasgos específicos que sirven como marco de



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

referencia para caracterizar a un medio como comunitario y alternativo, de acuerdo con Nicolas Jankowski (2002) los siguientes pueden ser algunos de estos rasgos:

- **Objetivo.** Ofrecer información relevante para responder a las necesidades de los miembros de la comunidad y empoderar a los sectores más débiles.
- **Propiedad y control.** Es normalmente compartida por gobiernos locales y organizaciones de base.
- **Contenidos.** Aunque se diseñan y producen localmente; estos pueden trascender a lo distrital y Nacional,
- **Modo de producción.** No es obligatorio que el desarrollo y producción se realice por profesiones, sino que permite el acceso a voluntarios y aprendices.
- **Audiencia.** Es predominantemente local, asociada a una zona geográfica específica. Lo anterior, no aplica en el caso de las redes electrónicas de medios comunitarios, quienes cuentan con un mayor grado de amplitud y dispersión y amplitud.
- **Financiación.** Normalmente incluye apoyo de contribuciones públicas, apoyo publicitario, apoyo de la cooperación internacional; se resalta que se trata de medios que trabajan por un modelo no comercial.

De acuerdo con lo anterior, pueden distinguirse algunos elementos relevantes que vale la pena rescatar: las fuentes de financiación y los procesos de producción deben mostrar rasgos distintivos frente al modelo de medio de comunicación comercial y gubernamental, esto implica también que sus fines estén anclados más a unos objetivos sociales humanitarios, culturales o educativos. Lo anterior, permite entonces que se involucren a voluntarios y a ciudadanos comunes en el desarrollo de sus acciones y que exista una relación con las audiencias diferente a la de los medios comerciales y gubernamentales, toda vez que sus objetivos son distintos y la conformación de esta se enfoca de acuerdo con un perfil diferenciado acorde con las necesidades expuestas (gente joven, mujeres, población rural, entre otras).

Si bien, el desarrollo conceptual presentado supone definir a la comunicación comunitaria y alternativa como un proceso de comunidades organizadas en torno a un fin común; en el contexto de Bogotá no funciona del todo así, toda vez que se encuentra asociada más bien a procesos de participación y expresión ciudadana que puede tener un carácter individual o colectivo y no necesariamente a ejercicios comunitarios organizados.



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Esto se refleja por ejemplo en la conformación de los medios comunitarios y alternativos de Bogotá, en donde el promedio de integrantes es de dos (2) personas. En su mayoría son unipersonales y en un menor porcentaje cuentan con un equipo de más de 4 personas. Lo anterior, no significa que no propendan por hacer visible las problemáticas de sus entornos o generar contenidos humanitarios, culturales o educativos (función social), sino que su concepción organizativa es diferente y no pueden entenderse como ejercicios producto de una organización comunitaria previa sino y como un tipo de emprendimiento social.

A continuación, se presenta un mapa conceptual con algunas de las ideas fuerza de este capítulo.

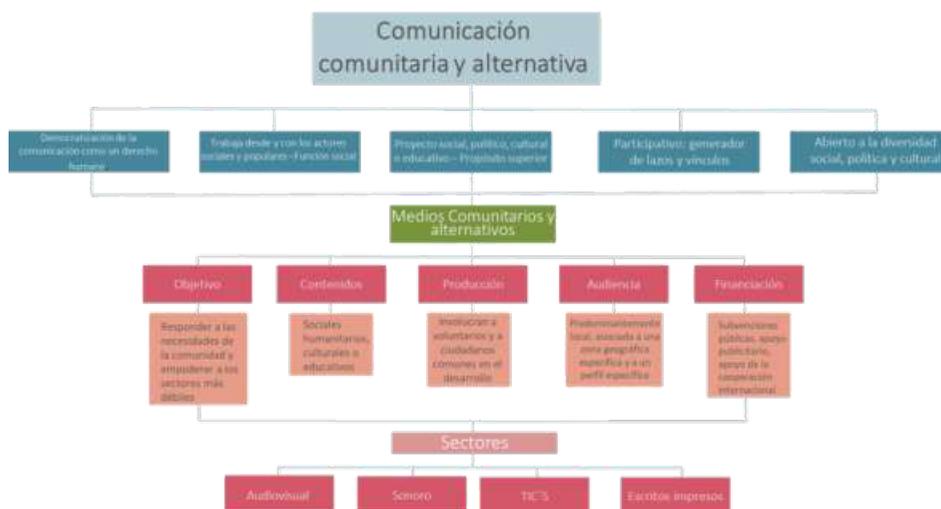


Ilustración 2 Resumen comunicación comunitaria y alternativa- Elaboración IDPAC

Normativa nacional

La Política Pública de Comunicación Comunitaria y Alternativa, tiene su sustento normativo desde la Constitución Política de Colombia, que en su artículo 1 establece que "Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

que la integran y en la prevalencia del interés general" y el artículo 20 consagra que "Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. (...)".

Así mismo, en el artículo 73 se señala que *"La actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional."* y en el artículo 74 se prevé que *"Todas las personas, tienen derecho a acceder a los documentos públicos salvo los casos que establezca la ley. (...)"*.

A partir de los postulados legales establecidos en la Ley Nacional 182 de 1995, se reglamenta el servicio de la televisión y formula políticas para su desarrollo y democratización del acceso a este servicio, incluyendo la televisión comunitaria. A partir de allí, la normatividad regulatoria de la Televisión Comunitaria en Colombia continuó desarrollándose con la expedición del Acuerdo CNTV 006 de 1996 *"por medio del cual se establecen los requisitos para distribuir señales incidentales (modificado por los Acuerdos número 18 y 22 de 1997; 001, 003 de 2004 y 008 de 2006)"*, el Acuerdo CNTV 006 de 1999 *"por el cual se reglamenta la prestación del servicio de televisión comunitaria sin ánimo de lucro"*, estos dos derogados de manera expresa por el Acuerdo CNTV 009 de 2006, el Acuerdo Nacional 03 de 2012 que derogó el Acuerdo Nacional 024 de 1997 y reglamentó el servicio de televisión local sin ánimo de lucro.

Es importante tener en cuenta el Decreto Nacional 1161 de 2010, *"Por el cual se dictan algunas disposiciones relacionadas con el régimen de contraprestaciones en materia de telecomunicaciones y se derogan los Decretos 1972 y 2805 de 2008"*. Con este se estableció el régimen unificado de contraprestaciones y el régimen sancionatorio y procedimientos administrativos asociados a las contraprestaciones en materia de telecomunicaciones de que tratan los artículos 13 y 36 de la Ley 1341 de 2009.

Más recientemente, el Ministerio de las TIC expidió el Decreto 1419 de 2020, reglamentando las condiciones que deben cumplir los operadores del servicio de Televisión Comunitaria para acogerse a la excepción del pago de las contraprestaciones periódicas por prestar el servicio de internet en los municipios en los que operan, en su mayoría apartados de las capitales, aplicable desde el momento en que se apruebe el acogimiento, hasta noviembre 3 de 2025. Lo anterior, con el propósito de fomentar el despliegue de redes para la prestación de Internet en operadores de Televisión Comunitaria, en cumplimiento de lo establecido en la Ley 1978 de 2019.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

No obstante, resulta importante mencionar la Ley Nacional 1978 de 2019, por la cual se moderniza el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), toda vez que ha suscitado discusiones desde diferentes sectores de la comunicación en relación con el acceso de las redes comunitarias. Esto en razón a que, aunque reconoce el derecho a la comunicación, la información y la educación y los servicios básicos de las TIC, especialmente para los medios comunitarios, no es claro como estos se desenvuelven en el mismo sistema de acceso a licencias de uso del espectro con grandes y medianas empresas de telecomunicación. En otras palabras, aparentemente se estableció un sistema de requisitos mínimos estandarizados para el uso del espectro de telecomunicaciones, para un universo de actores en condiciones ampliamente desiguales.

Posteriormente mediante la Resolución Nacional 6383 de 2021, se compilan y se simplifican disposiciones contenidas en las normas de carácter general vigentes expedidas por las extintas Comisión Nacional de Televisión -CNTV- y Autoridad Nacional de Televisión -ANTV-, relacionadas con las funciones de la Sesión de Comisión de Comunicaciones de la Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC. Que esta resolución en el capítulo 1, sección 5 desarrolla las disposiciones en materia de servicio de televisión local sin ánimo de lucro y el en la sección 7 lo correspondiente servicio de televisión comunitaria.

Por otra parte, y en relación con el servicio comunitario de radiodifusión sonora, mediante la Ley Nacional 1341 de 2009 se establecieron, entre otros, los principios de la radiodifusión sonora y las reglas para la prestación y programación de este servicio; así mismo, atribuyó al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones la potestad para reglamentarlo. En concordancia con el artículo 10 de la Ley Nacional 1341 de 2009, que dispone que la provisión de redes y servicio de telecomunicaciones es un servicio de público bajo la titularidad del Estado, y mediante la Resolución Nacional No. 2614 de 2022, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones definió la radiodifusión sonora como “un servicio público, a cargo y bajo la titularidad del Estado, orientado a satisfacer necesidades de telecomunicaciones de los habitantes del territorio nacional y cuyas emisiones se destinan a ser recibidas por el público en general”.

La resolución en mención señala que el servicio público de radiodifusión sonora se clasifica en función de la gestión del servicio, la orientación de su programación, el área de servicio autorizada y la tecnología de transmisión utilizada, incluyendo a radiodifusión sonora



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

comunitario¹ y radiodifusión sonora comunitario étnico².

De la misma manera, en 2017 se expide el Decreto Nacional 290 con el cual se adicionan varios párrafos al Decreto 1078 de 2015, especificando que el otorgamiento y/o renovación del permiso para el uso del espectro radioelectrónico asignado a las estaciones, en las bandas atribuidas al servicio de radiodifusión sonora comunitaria, da lugar al pago por parte del titular del permiso de una contraprestación equivalente al valor que resulte de aplicar una nueva fórmula de cálculo.

Ahora bien, mediante la sentencia T 460 de 2006, la Corte constitucional señaló: “En suma, la libertad de fundar medios masivos de comunicación, especialmente cuando se concreta en la creación de emisoras comunitarias, es un derecho fundamental que potencia el desarrollo, la participación, el ejercicio del control político, el autogobierno, la creación de redes de solidaridad y la resolución pacífica de las controversias, entre otros aspectos, en las comunidades, particularmente en aquellas marginadas por sus condiciones geográficas, la pobreza, la falta de educación y la violencia. Es por ello que el Estado está en la obligación de promover la prestación del servicio de radiodifusión sonora comunitaria y de no imponer obstáculos injustificados a la formación de estas emisoras. (...)”

En concordancia con estos principios, y para el contexto de la emergencia económica, social y ecológica que derivó del Coronavirus COVID-19, se expidió el Decreto 658 de 2020 para tomar medidas y garantizar la operación de los medios abiertos radiodifundidos y la televisión comunitaria en el marco de la emergencia. Con ello, se pospusieron los pagos de las obligaciones al Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, a cargo de los operadores de televisión comunitaria, radio comunitaria y de interés público.

Asimismo, se expidió la Ley 2108 de 2021 con la cual se establece el internet como servicio

¹ Artículo 17. La programación deberá estar orientada a generar espacios de expresión, información, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación que conduzcan al encuentro entre las diferentes identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana y, en especial, a la promoción de la democracia, la participación y los derechos fundamentales de los colombianos que aseguren una convivencia pacífica. Este servicio se presta sin ánimo de lucro y en gestión indirecta del Estado.

² Artículo 17. La programación deberá estar orientada a satisfacer necesidades de comunicación de los distintos grupos étnicos debidamente reconocidos por el Ministerio del Interior, y a reconocer y reafirmar la conciencia de identidad de los mismos, de forma tal que se promuevan sus expresiones ancestrales con el propósito de preservar sus valores culturales, sociales, religiosos, espirituales, económicos, así como sus tradiciones, instituciones y procesos organizativos como mecanismos de integración y convivencia para fomentar la paz y reconciliación entre estos y los demás miembros de la sociedad, así como la protección de la cultura y defensa de los derechos constitucionales y democráticos, a fin de procurar el bienestar general y el mejoramiento de calidad de vida de dicha población. Este servicio se presta sin ánimo de lucro y en gestión indirecta del Estado.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

público esencial y universal, “con el fin de propender por la universalidad para garantizar y asegurar la prestación del servicio de manera eficiente, continua y permanente, permitiendo la conectividad de todos los habitantes del territorio nacional, en especial de la población que, en razón a su condición social o étnica se encuentre en situación de vulnerabilidad o en zonas rurales y apartadas”. Con esta normativa, se intentan sentar las bases para garantizar este servicio público, fundamental para el ejercicio de la comunicación comunitaria, tanto para la difusión como la producción de contenidos propios con herramientas de fácil manejo que cualificarían este sector, si se cuenta con acceso a internet.

Normativa distrital

En materia Distrital, es importante mencionar que por medio del Acuerdo 292 del 21 de noviembre de 2007 se establecen lineamientos de política pública, en materia de comunicación comunitaria y alternativa en Bogotá y se ordena implementar acciones de fortalecimiento de esta. Este acuerdo determinó la conformación de una Mesa de Trabajo para la dirección de los procesos de formulación, promoción, ejecución, seguimiento y evaluación de la política pública de comunicación comunitaria, así como su composición, participantes³, convocatoria y funcionamiento.

El Decreto Distrital 149 de 2008 dispuso la conformación y las funciones de la Mesa de que trata el Acuerdo Distrital 292 de 2007, precisando los mecanismos de designación de los representantes de los sectores de la sociedad civil y de los colectivos y redes comunitarias de comunicación, con sede en la capital y estableciendo los criterios generales que deberá tener en cuenta la Mesa al momento de proponer los lineamientos para la adopción de la Política Pública de Comunicación Comunitaria.

La Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria 2008 - 2016, se encuentra contenida en el Decreto 150 de 2008, y su objetivo según el artículo 2 fue “*Fortalecer y consolidar los procesos, espacios y medios de comunicación comunitarios que permitan la promoción de la identidad local, la información y socialización de los intereses comunes de la población, desde los barrios, las UPZ, localidades, comunidades, organizaciones y movimientos sociales, sectores, y grupos poblacionales*”.

En este instrumento se establecieron cinco líneas de trabajo: comunicación para la

³ Representantes de los sectores de la sociedad civil, de los colectivos y redes comunitarias de comunicación con sede en Bogotá



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

participación, comunicación para la solidaridad, comunicación para la inclusión social, comunicación para la reconciliación, paz y convivencia y comunicación para grupos poblacionales específicos (comunidades étnicas, población con discapacidad y población en condición de vulnerabilidad). Además, definió la comunicación comunitaria como una dinámica en la que “las comunidades asumen una voz propia y se organizan para integrarse y visibilizarse por intereses comunes (género, edad, etnia, credo, condición social o económica, orientación sexual, condiciones físicas y/o mentales, origen, territorio y asuntos lingüísticos, entre otros) para desarrollar y gestionar procesos comunicativos (medios de comunicación, formación, investigación, organización, entre otros) que reivindiquen a la población y sus derechos humanos” (artículo 3).

Así mismo, el artículo 127 del Acuerdo Distrital 761 de 2020 hace referencia al Acuerdo Distrital 292 de 2007, sobre la promoción del acceso de los medios de comunicación comunitarios y alternativos.

El Plan de desarrollo Distrital 2020 – 2024 Un Nuevo Contrato Social y Ambiental Para La Bogotá Del Siglo XX, reconoce la importancia de diseñar e implementar estrategias de fortalecimiento de medios alternativos y comunitarios (artículo 35). Adicionalmente el Artículo 127, dispone que: *“En los gastos de divulgación y comunicaciones, la Administración Distrital, en todos sus órdenes, promoverán el acceso de los medios de comunicación Comunitarios y Alternativos en los programas, proyectos y planes de divulgación, comunicación y publicaciones y, con enfoque territorial y participativo, de conformidad con el artículo 3 del Acuerdo Distrital 292 de 2007”*

De otro lado, es muy importante mencionar tres circulares del distrito que han buscado que los medios comunitarios y alternativos tengan acceso a fuentes de financiación:

- 1) Circular 023 del 2020 de la secretaria de Planeación Distrital relativa a la formulación de proyectos de inversión local 2021 -2024, en donde se señala: *“En el marco del pacto suscrito entre la Alcaldesa Mayor y los directores de los medios comunitarios y alternativos se insta para que las actividades de promoción y difusión que sean requeridas en el marco de la formulación y especialmente de la implementación de los proyectos de inversión, prioricen a los actores presentes en los territorios locales para su realización. Adicionalmente, es importante tener en cuenta que las acciones de fortalecimiento de medios comunitarios y alternativos se podrán desarrollar, entre otros, a través de los conceptos de gasto de Apoyo y Fortalecimiento a las Industrias Culturales y Creativas en las Localidades y*



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Fortalecimiento de Organizaciones sociales, comunitarias, comunales, propiedad horizontal e instancias y mecanismos de participación, con énfasis en jóvenes y asociatividad productiva.”

- 2) Circular 001 de 2021 expedida por la Consejería de Comunicaciones de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. que establece lineamientos para la democratización y participación de los medios comunitarios y alternativos de la ciudad de Bogotá dentro del desarrollo de las acciones de comunicación pública que se adelanten por las diferentes entidades y organismos que integran la Administración Distrital.
- 3) Circular 020 del 2022 expedida por la Dirección de Planes de Desarrollo y Fortalecimiento Local – SDP, que insta a los alcaldes Locales a que, con relación a las actividades de promoción y difusión requeridas en la implementación de los proyectos de inversión local, prioricen a los medios comunitarios presentes en sus localidades.

Adicionalmente, el Distrito expidió el Acuerdo 855 de 2022 que dictó lineamientos que propendan por aumentar el acceso, uso y apropiación del servicio público esencial de internet con la finalidad de cumplir progresivamente con el principio de universalidad incluido en la Ley 2108 de 2021, a través de programas de conectividad pública que permitan cerrar la brecha digital especialmente en beneficio de la población en situación de pobreza, vulnerabilidad y en zonas rurales y apartadas de Bogotá D.C. Este aspecto es relevante debido a que, por un lado, los medios comunitarios y alternativos requieren cada vez más este tipo de servicios para desarrollar sus actividades de producción y difusión de contenidos. Por otro lado, porque la ciudadanía puede aumentar sus posibilidades de acceso a la información que producen los medios comunitarios a través de plataformas de internet.

Finalmente, se expidió el Decreto 019 de 2023 con el cual se dictan normas relacionadas con el reconocimiento y fortalecimiento de los procesos culturales comunitarios y la gestión cultural comunitaria en Bogotá, con el fin de garantizar las condiciones para el ejercicio de los derechos culturales y favorecer la apropiación ciudadana del arte, la cultura y el patrimonio. Con esta normativa, se benefician los medios comunitarios y alternativos, entendidos como expresiones culturales de base comunitaria, pues orienta el accionar institucional del Distrito para generar capacidades culturales en las personas, referidas a las posibilidades efectivas de ser y hacer a través de prácticas artísticas, culturales y



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

patrimoniales, que despliegan la imaginación, la creatividad, la educación de la sensibilidad, el pensamiento crítico y, en últimas, el cultivo de la humanidad en sentido amplio. Asimismo, ampliar y democratizar el acceso a los medios de creación, disfrute, producción y circulación cultural.

Antecedentes sociales y políticos

Bogotá cuenta desde finales de los años setenta con múltiples experiencias y procesos de comunicación comunitaria y alternativa caracterizadas por la heterogeneidad de las personas que la promueven, objetivos, mecanismos de funcionamiento y de financiación. Estos han operado como entidades sin ánimo de lucro, bajo la intencionalidad de servir como espacios para el diálogo de los problemas del entorno en el que se desenvuelven y constituyen como una alternativa a los medios masivos para la circulación de opiniones y expresiones culturales e identitarias (Chacón, 2015).

Si bien el sostenimiento de los medios comunitarios como mecanismos de expresión y difusión de múltiples identidades y culturas existentes en la ciudad de Bogotá, se ha basado principalmente en el trabajo voluntario y la autogestión de sus integrantes, este ha sido insuficiente. Es por esto que desde la década de los noventa las personas que la promueven se han movilizado con el fin de obtener garantías para su funcionamiento, no solo de parte del Estado sino también a través de recursos provenientes de organizaciones no gubernamentales y actores privados.

Desde entonces, en los diferentes espacios de participación realizados en Bogotá, se ha llegado a la conclusión compartida de que, a pesar de los avances en la inclusión de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa como un tema en la agenda pública y del desarrollo de un marco normativo regulatorio de la comunicación en el país y en la capital, confluyen varios factores que inciden negativamente en la consolidación de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa como instrumento de desarrollo social.

Las movilizaciones y aumento del número de los medios comunitarios y alternativos, han llevado a que la administración distrital desde el año 2004, se preocupe por las debilidades organizativas y condiciones no favorables para su funcionamiento que impiden la consolidación de la comunicación comunitaria y alternativa como proceso para la construcción democrática de Bogotá, problema central que incide negativamente en la



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

sostenibilidad administrativa, económica y técnica de los medios comunitarios de comunicación, así como en el reconocimiento social e institucional hacia estos, impidiendo que se consoliden como una de las instancias clave en el fortalecimiento del diálogo social, la promoción de comunidades y el desarrollo local.

Es así que, como resultado del consenso entre la administración distrital y los sectores de la comunicación comunitaria y alternativa en Bogotá, se adopta la política pública distrital de comunicación comunitaria mediante el Decreto 150 de 2008. En este instrumento se establecieron cinco líneas de trabajo: comunicación para la participación, comunicación para la solidaridad, comunicación para la inclusión social, comunicación para la reconciliación, paz y convivencia y comunicación para grupos poblacionales específicos (comunidades étnicas, población con discapacidad y población en condición de vulnerabilidad). Además, definió la comunicación comunitaria como una dinámica en la que “las comunidades asumen una voz propia y se organizan para integrarse y visibilizarse por intereses comunes (género, edad, etnia, credo, condición social o económica, orientación sexual, condiciones físicas y/o mentales, origen, territorio y asuntos lingüísticos, entre otros) para desarrollar y gestionar procesos comunicativos (medios de comunicación, formación, investigación, organización, entre otros) que reivindiquen a la población y sus derechos humanos” (artículo 3).

Adicionalmente, el Acuerdo 292 de 2007 y el Decreto 150 de 2008 integraron una clasificación de los tipos de medios y los sectores de la siguiente manera: 1. Medios escritos (periódicos y revistas impresos), 2. Medios audiovisuales 3. Medios sonoros 4. Medios Tic 5. Medios de las poblaciones (Discapacidad y étnicos) 6. El sector de las ONG dedicadas a los procesos de comunicación comunitaria (investigación, educación...) y los sectores de estudiantes de comunicación social y periodismo y el sector de las facultades. No obstante la orientación normativa, desde el estudio de Eafit en 2017 se sentaron las bases para crear un directorio de medios comunitarios que solo contemplaba tres (3) sectores: 1). Escritos-TIC'S; 2). Audiovisual, y 3). sonoro. Posteriormente y en virtud de los diálogos sostenidos con la Mesa Distrital de Medios Comunitarios, se solicitó considerar al sector Tic's, en el entendido que se enmarca en dinámicas diferentes a los demás. En este punto, se hace nuevamente importante mencionar que para los medios comunitarios y alternativos el tejido que los agrupa está determinado por los sectores a los cuales hacen parte y no por su pertenencia a uno u otro grupo poblacional. Así pues, actualmente, se identifican cuatro



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

tipos de medios comunitarios, definidos por su tejido organizacional y su función comunicativa que define su sector: Audiovisual, escritos impresos, Sonoros y Tics. Esto es importante porque a partir de esta organización, se analizan las diferentes causas asociadas al problema central.

A continuación, se describen cada uno de los tipos de medios identificados:

1. El Sector Audiovisual

El sector audiovisual está conformado por los medios de comunicación comunitaria y alternativa que usan el formato audiovisual (audio e imágenes en movimiento) independiente del canal de transmisión y con emisión permanente. Aquí se integran los canales de Televisión por protocolo IP (internet) Tvlp, Tv streaming y Tv por demanda que tienen dominio propio e independiente; así como los canales de Televisión comunitaria catalogados así por la Autoridad Nacional de Televisión ANTV y los canales de producción propia por suscripción que tienen contenidos comunitarios y alternativos.

2. Sector de los Medios escritos impresos

Los Medios de Comunicación Comunitarios y alternativos escritos impresos corresponden a periódicos y revistas, impresas en papel litográficamente, por máquina plana o en sistema de rotativa, laser u otro medio tecnológico, que permite la impresión a escala, en un número significativo.

3. Sector Medios TIC

Se trata de los medios comunitarios y alternativos que utilizan las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC-, con dominio propio e independiente y cuyos servicios y productos recogen, almacenan, procesan, crean, transmiten o muestran datos e información electrónicamente. La información y datos así adopta la forma de textos, imágenes, audio o Televisión o multimediales por el protocolo IP, streaming o asimilados.

4. El sector de Sonoros



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

El sector sonoro está conformado por los medios de comunicación comunitaria y alternativa que se caracterizan por usar como formato de información exclusivo o prevalente el sonido, sea el lenguaje vocal, la música o similares, independiente de si su emisión y transmisión utilizan la internet, cable, circuitos cerrados, señales electromagnéticas, frecuencias libres wifi u otro sistema. Aquí se integran las emisoras comunitarias FM con licencia y las emisoras Online que usan la internet con dominio, en emisión por programación, piezas sonoras por demanda, streaming, audio por demanda (podcast), emisoras internet y similares con vehículos de transmisión con soporte digital.

Por otro lado, de común acuerdo y a objeto de facilitar el proceso de elección de la Mesa Distrital se adoptaron otras definiciones de los sectores así:

5. Sector de las ONG de comunicación Comunitaria

Corresponde a organizaciones no gubernamentales constituidas como asociaciones, corporaciones, fundaciones o de la economía social y solidaria, las cuales adelantan procesos relacionados con la comunicación comunitaria y alternativa dentro de ellos: educación, investigación, difusión, reivindicación de los derechos a la libertad de expresión, comunicación, participación, acceso a la tecnología, comunicación para la reconciliación y la paz, comunicación para la inclusión, integración y asociatividad de los medios comunitarios y alternativos, promoción de las actividades de la comunicación comunitaria y alternativa, proyectos de información con énfasis en proyectos de interés social y avance comunitario, procesos de desarrollo de la comunicación comunitaria con relación a la democratización de la información y las reivindicaciones de sus derechos y asimilados.

6. Sector de los medios de la población en condición de discapacidad:

Corresponde a los medios comunitarios y alternativos, sean escritos (impresos), de las tecnologías de la información TIC, sonoros o audiovisuales, los cuales tienen la propiedad y/o administración y/o gestión de las personas en condición de discapacidad, sus familias, cuidadores y cuidadoras, sus organizaciones sociales y profesionales afines; los cuales producen y/o comparten contenidos de interés para dicha población con énfasis en los procesos de participación, preservación cultural e identitaria acorde con las especificidades de cada discapacidad, sus necesidades y sus expresiones sociales y prácticas culturales.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

7. Sector de los medios comunitarios y/o procesos de las etnias

Corresponde a los medios comunitarios y alternativos, sean escritos (impresos), de las tecnologías de la información TIC, sonoros o audiovisuales, los cuales tienen la propiedad y/o administración y/o gestión de personas, colectivos, grupos o comunidades, organizaciones y/o movimientos sociales de las poblaciones étnicas. Dichos medios se caracterizan por producir y/o distribuir contenidos que reivindican entre otros los derechos y expresiones sociales, económicos, culturales, ambientales y territoriales de las poblaciones étnicas sean indígenas, negra, Afrocolombiana, Raizal Palenquera, Rrom o Gitano; las cuales tienen asiento en Bogotá D.C.

8. Sector de los estudiantes de comunicación Social:

Corresponde a los medios comunitarios y alternativos, sean escritos (impresos), de las tecnologías de la información TIC, sonoros o audiovisuales, los cuales tienen la propiedad y/o administración y/o gestión de estudiantes de comunicación social y periodismo.

9. Sector de las facultades de ciencias humanas, Sociales o comunicación social:

Corresponde a las facultades de ciencias humanas, sociales entre otras: sociologías, antropología, historia, sicología, trabajo social, filosofía, educación y desarrollo humano, y comunicación social y periodismo; en sus diferentes programas y niveles.

A pesar de este avance en términos políticos y normativos, la política pública distrital adoleció de instrumentos técnicos para su implementación, medición, seguimiento y evaluación, lo cual limitó la identificación de sus avances, logros e impactos. Es por esto que, para obtener ese tipo de información de la política, se debe recurrir al documento de diagnóstico elaborado por la Universidad EAFIT en 2017⁴, los documentos de estudio sobre los avances de la implementación de la política elaborado por un sector de los medios comunitarios liderado por Rodrigo Acosta, y la información recopilada por el IDPAC en el

⁴ En el año 2017 se celebró el Convenio 396 de 2017 entre el IDPAC y la Universidad EAFIT, con el propósito de realizar una caracterización, sistematización y georreferenciación de los medios comunitarios y alternativos del Distrito Capital, identificándose un total de 261 medios comunitarios y alternativos.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

ejercicio de sus funciones, específicamente aquella proveniente del Directorio Distrital de Comunicación Comunitaria y Alternativa⁵ y el Índice de Fortalecimiento de Medios Comunitarios y Alternativos -IFMCA-. A partir de estas fuentes de información, es posible resaltar algunos elementos que permiten establecer las dificultades que ha tenido su implementación y transformaciones que ha tenido la situación problemática.

En el año 2017 se celebró el Convenio 396 de 2017 entre el IDPAC y la Universidad EAFIT⁶, con el propósito de realizar una nueva caracterización, sistematización y georreferenciación de los medios comunitarios y alternativos del Distrito Capital, identificándose un total de 261 medios comunitarios y alternativos. Cabe resaltar que, a partir de este ejercicio, el IDPAC expidió la Resolución 095 de 2018 por medio de la cual se adoptó el “Directorio Distrital de Comunicación Comunitaria y Alternativa”, publicando de manera inicial la base de datos obtenida como resultado de esta caracterización.

Con base en esa caracterización inicial, el IDPAC continuó alimentando el directorio, dejando como resultado que al 2022 se identifican un total de 410 medios, de los cuales 312 se encuentran activos, 48 inactivos y 50 pendientes de ingreso. Todos estos dotados de lenguajes y agendas propias, cuyos contenidos y frecuencias de emisión son variadas y su trayectoria ha estado marcada por la experiencia personal de sus integrantes, así como por la permanencia de varias dificultades en materia de sostenibilidad financiera, reconocimiento institucional y acceso a espacios (frecuencias e infraestructuras) que permitan su operación. A continuación, se presenta un comparativo entre las cifras existentes a 2017 y 2022:

⁵ Resolución 095 de 2018 del IDPAC, mediante la cual se adopta el Directorio Distrital de Comunicación Comunitaria y Alternativa y establece el procedimiento para la inscripción y actualización de datos en el mismo

⁶ Es importante mencionar que los resultados de esta caracterización fueron debatidos por algunos representantes de medios comunitarios y alternativos en temas como: caracterización de los tipos de medios, sistematización de la información, georreferenciación. Para este diagnóstico se tomaron algunas de las cifras y conclusiones entregadas en el marco de este convenio como punto de comparación con la información actual recogida en la fase de agenda pública.



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

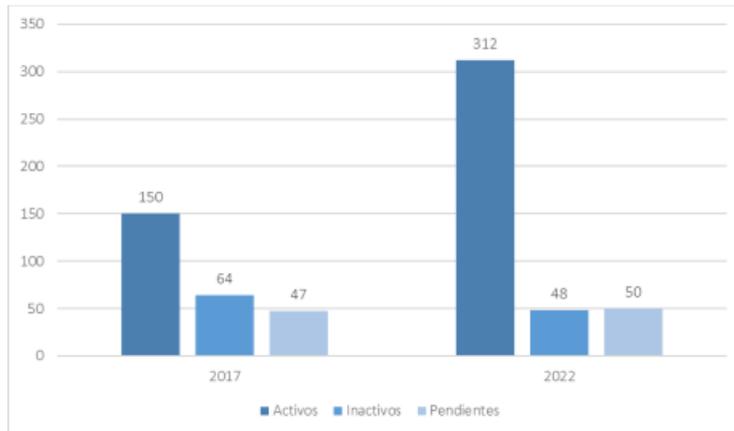


Ilustración 3 Comparativo medios comunitarios y alternativos 2017 – 2022. Fuente IDPAC

Ahora bien, para el año 2017 las localidades con un mayor número de medios comunitarios eran: Suba, Ciudad Bolívar, Engativá y Kennedy (Santa Fe⁷). Para el año 2022 esta proporción se mantiene, aunque haya aumentado el número de medios registrados en el directorio, como se muestra en la siguiente gráfica.

⁷ Se rectifica que para el 2017 en la localidad de Santafé solo se contaban con 13 medios comunitarios y alternativos.



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

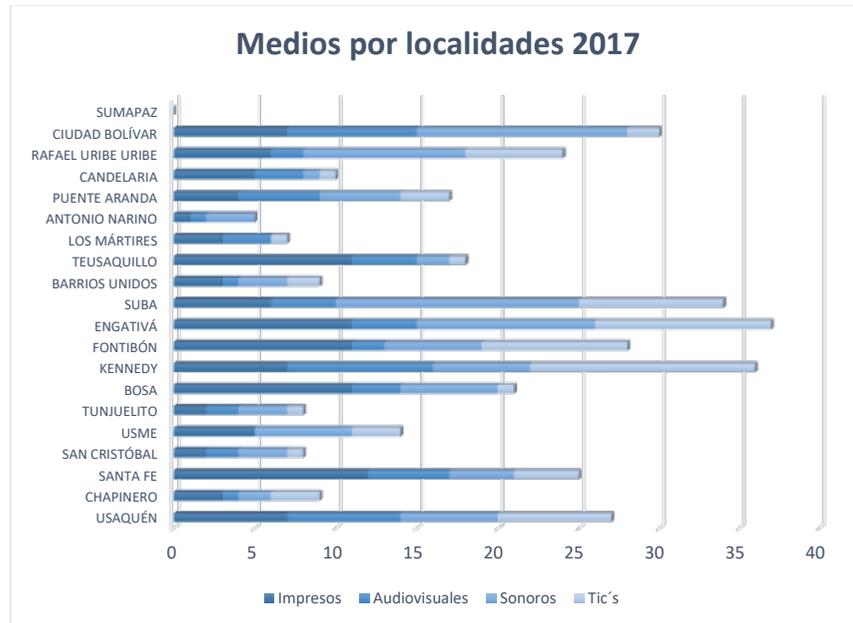


Ilustración 4 Número medios por localidad 2022- Fuente: IDPAC

En relación con el tipo de medios por cada localidad, se identifica que entre el 2017 y el 2022 el sector que tuvo un mayor aumento de medios fue el sector sonoro, pues tuvo un aumento del 79%, seguido del sector audiovisual que aumentó un 25%, mientras que el sector impreso apenas creció un 8% en los últimos años. Se destaca además que apareció un nuevo sector, entre otras cosas debido a los diálogos entablados con la Mesa Distrital de Medios Comunitarios, los cuales permitieron llegar a la conclusión que este tipo de medios se enmarca en dinámicas diferentes a los demás. Actualmente, este tipo de medios TICs representa el 19% del total del universo de los medios registrados en Bogotá. Se espera que este sector siga creciendo debido al acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación⁸.

8 Para el 2017 los medios comunitarios y alternativos del sector "Tics" se agruparon junto con los impresos o medios escritos, por lo tanto, no se tenía registro diferencial de estos antes de ese año.



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

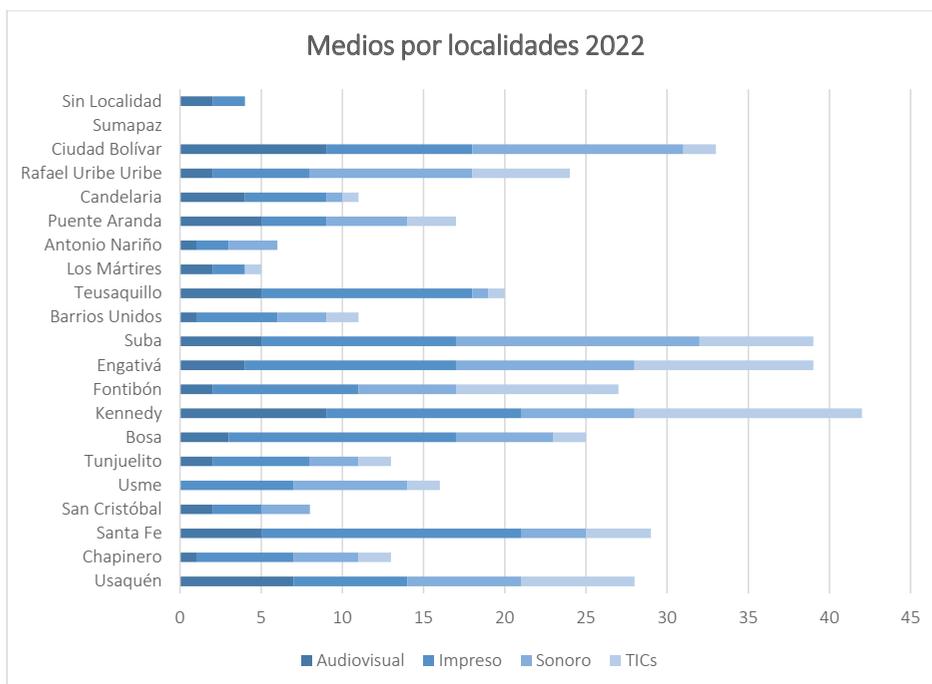


Ilustración 5 Número de medios comunitarios y alternativos registrados en el Directorio Distrital, por localidades 2022

De la caracterización de medios por localidades, se evidencia que las localidades de Suba, Ciudad Bolívar, Engativá y Kennedy continúan siendo las localidades con el mayor número de medios comunitarios y alternativos, pues cada una supera los 30 medios. A estas les siguen localidades como Fontibón, Santa Fe, Bosa y Usaquén que alcanzan los 25 medios. Cabe destacar que, en términos generales, en todas las localidades se presenta un aumento del número de medios comunitarios y alternativos, pero se destacan aquellas localidades con la mayor presencia de estos, debido a que requerirán mayores recursos para su fortalecimiento, especialmente de aquellos que se requieran priorizar por estar en los estratos uno y dos como son ubicados en zonas sur, suroriente y suroccidente.

Adicionalmente a estos dos instrumentos (diagnóstico EAFIT y Directorio Distrital), el IDPAC



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

en cumplimiento de sus funciones, construyó un modelo de fortalecimiento⁹ que les permite a los medios comunitarios incrementar sus capacidades organizativas, de participación, incidencia, sostenibilidad y autonomía. Este modelo, aplicado por la Subdirección de Fortalecimiento de la Organización Social -SFOS-, inicia con la fase de caracterización y diagnóstico, que consiste en identificar las principales características, fortalezas y debilidades de los medios comunitarios y alternativos que acompaña. Para lograrlo, el IDPAC creó un instrumento de caracterización y medición que arroja información cada vez más precisa del proceso organizativo, permitiendo generar una oferta de servicios más ajustada a las realidades territoriales y sociales en donde éstas se desenvuelven. El instrumento consta de:

- a) Un formulario de caracterización y medición aplicado a través de la plataforma de la participación del IDPAC.
- b) Un Índice de Fortalecimiento de Medios Comunitarios y Alternativos -IFMCA- que define el estado en el que se encuentra cada uno.

Con la aplicación del índice desde la vigencia 2021, en dos años el IDPAC ha logrado caracterizar un total de 258 medios comunitarios, de los cuales el 30,2% corresponde al sector sonoro, el 28,7% al sector TIC, el 27,1% del sector impreso y el 13,9% al sector audiovisual. En la siguiente gráfica se puede observar la distribución de estos medios según el tipo de medio, en contraste con el nivel de desarrollo organizacional medido a través del IFMCA:

⁹ Resolución 210 de 2021, Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal -IDPAC-



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)



Ilustración 6 Etapas de fortalecimiento de los medios IFMCA 2022.

Fuente: Plataforma de la Participación, IDPAC 2022.

Para comprender la gráfica, se debe aclarar que el IFMCA clasifica a los medios comunitarios de acuerdo a la siguiente escala de desarrollo organizacional ascendente: 1) Etapa de preparación; 2) etapa de creación; 3) etapa de estructuración; 4) etapa de consolidación. Esto quiere decir que, de acuerdo con la tabla anterior, el 55,8% del total de medios caracterizados en la plataforma de la participación se encuentran en las primeras dos etapas de desarrollo organizacional, mientras que el 33% se encuentra en la tercera etapa de estructuración y tan solo el 11,24% han llegado a la etapa más alta de consolidación. Por lo tanto, más de la mitad de los medios caracterizados por el IDPAC requiere un mayor acompañamiento y trabajo de fortalecimiento desde la institucionalidad para mejorar sus capacidades internas a nivel organizativo, a nivel de creación de contenidos, y del ámbito externo, que les permita ser sostenibles en el tiempo, autónomos, incidentes, es decir, que cumplan con su papel de instancia clave en el fortalecimiento del diálogo social, la promoción de comunidades y el desarrollo local a través del ejercicio de la comunicación comunitaria y alternativa en Bogotá.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Si bien se ha dicho que los medios se identifican según el sector al que pertenecen, el IDPAC ha hecho un esfuerzo institucional por caracterizar los medios que se registran en el directorio e identificar su conformación poblacional. Para ello, se les ha consultado a los medios cómo se auto reconocen según la población con la cual están conformados, como se muestra en la siguiente tabla.

Sectores	No de medios comunitarios y alternativos inscritos.	Observaciones
Audiovisual	71 medios comunitarios y alternativos	5 se reconocen como conformados por población étnicos
		2 se reconocen como conformados por mujeres
		3 se reconocen como conformados por personas con discapacidad
Impreso	153 medios comunitarios y alternativos	4 se reconocen como conformados por población étnicos
		6 se reconocen como conformados por mujeres
		1 se reconocen como conformados por personas con discapacidad
		1 se reconoce como conformado por comunidad LGTBIQ+
Sonoros	109 medios comunitarios y alternativos	1 se reconocen como conformados por población étnicos
		3 se reconocen como conformados por mujeres
		2 se reconocen como conformados por personas con discapacidad
		1 se reconoce como conformado por comunidad LGTBIQ+
Tics	77 medios comunitarios y alternativos	3 se reconocen como conformados por población étnicos
		1 se reconocen como conformados por mujeres
		1 se reconocen como conformado por comunidad LGTBIQ+

Tabla 1 Sectores y poblaciones de los medios 2022 fuente: IDPAC

Los resultados obtenidos hasta el momento evidencian que, si bien hay avances frente a la identificación de los medios comunitarios y alternativos de comunicación en Bogotá respecto a su auto reconocimiento poblacional, puesto que antes no se contaba con este tipo de información desagregada, aún es necesario consolidar los instrumentos de recolección de información que permitan caracterizar a un mayor nivel de detalle este sector.

Sobre este aspecto, es importante indicar a través del IFMCA, el IDPAC ha podido identificar los temas que vienen trabajando los medios de comunicación comunitaria, para



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

la entrega de información a sus comunidades. En este aspecto, sobresale el tema cultural a través del cual se evidencian todas aquellas expresiones que van desde la música, teatro, cine y expresiones culturales como el Hip Hop, entre otros, pues de los 258 medios caracterizados, 165 trabajan temas culturales, lo cual representa el 63,9% de los medios. El segundo tema de trabajo con mayor porcentaje de medios es el de participación ciudadana (37,9%), seguido muy de cerca del tema de la comunicación comunitaria (36,4%) y los temas noticiosos o informativos (33,3%). Con un menor porcentaje de medios, se identifican temáticas de trabajo relacionadas con los derechos humanos (14%), el medio ambiente (13,9%), la música (13,5%), la política (12,4%) y el deporte (10,4%), como se puede ver en la siguiente ilustración. Cabe aclarar que esta medición se hace teniendo en cuenta que un mismo medio puede trabajar hasta tres (3) temáticas al tiempo.

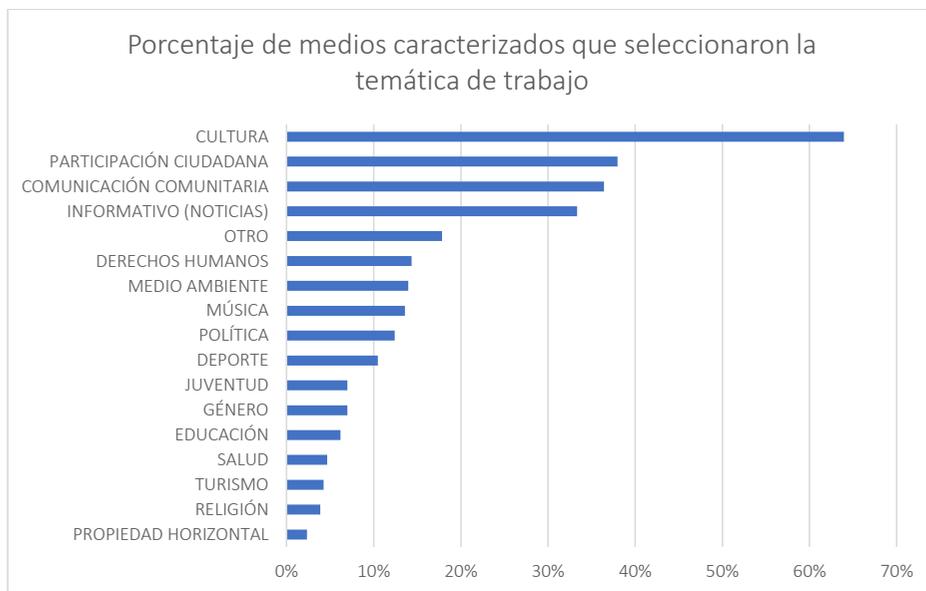


Ilustración 7 Temas identificados IFMCA 2022 fuente: IDPAC

Estas cifras evidencian que el nicho de trabajo de los medios comunitarios de comunicación se concentra principalmente sobre los temas culturales, de participación ciudadana y difusión de información relacionada con noticias. Esto quiere decir, que su vocación está



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

orientada especialmente a expresar y difundir múltiples identidades y culturas existentes en Bogotá, a promover y ser mecanismo de participación ciudadana a través del diálogo social, y a ser fuente alternativa de datos, acontecimientos o novedades de interés para la opinión pública.

Lo anterior está estrechamente relacionado con la particularidad que tienen los medios de ser pequeños y medianos emprendimientos que se basan en el trabajo voluntario que realizan sus integrantes. Frente a esto, el informe entregado por la EAFIT en 2017 muestra que casi el 80% de los encuestados afirmaron que invierten de sus propios recursos para sostener el medio, seguido por un 64% que asegura que se financia a través de pauta. Un 15% afirma obtener financiamiento de instituciones nacionales y distritales, casi el 9% se financia con “canje”, un 4% con aportes comunitarios y menos del 3% se financia con cooperación internacional y proyectos.

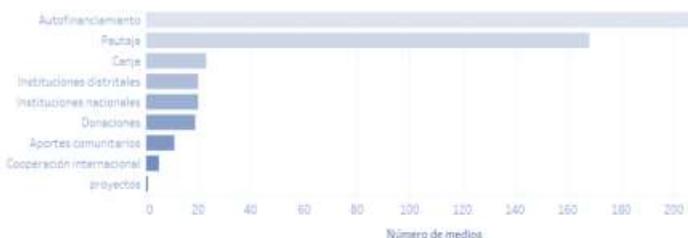


Ilustración 8 Encuesta Universidad EAFIT, 2017.

En relación con este aspecto, desde el año 2012 el Distrito había realizado inversiones a través del mecanismo gastos de divulgación en medios comunitarios y alternativos. A continuación, se presentan algunas cifras relevantes para el análisis y que permiten inferir que respecto de este mecanismo el porcentaje de inversión en medios comunitarios y alternativos no ha sido muy alto en comparación con otros medios de comunicación:

Año	Inversión total en medios de comunicación	Inversión en medios comunitarios y alternativos	% de inversión de MC / inversión medios comunicación.
2012 a 2015	\$81.796.916.163	\$3.632.596.831	4.44%
2016 - 2019	\$41.792.161.991	\$255.070.242	0.61%



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

2020	\$5.401.723.198	\$472.270.489	8.74%
2021	\$6.313.064.239,75	\$496.549.913,47	8.0%
2022	\$4.768.959.447,92	\$469.963.896,06	10%

Tabla 2 Cifras inversión – fuente: Consejería de Comunicaciones del Distrito y Secretaría General de la Alcaldía Mayor

En la revisión de las mencionadas fuentes de información, se pudo evidenciar la reducida y limitada información cuantitativa y cualitativa desde el punto de vista de los enfoques que contribuya al análisis de la situación problemática de manera diferencial. Esto responde en parte a la forma en la cual los medios comunitarios y alternativos se organizan, es decir su razón de actuar está delimitada no por el grupo poblacional al que pertenecen o con el cual se identifican, sino con el sector comunicativo que utilizan para transmitir sus mensajes. Pero también, en parte por la responsabilidad de la administración distrital para implementar instrumentos de caracterización de los medios y de ajustar los dispositivos institucionales orientados a la atención diferencial. Lo anterior quiere decir que los ejercicios de caracterización deben actualizarse periódicamente con el fin de monitorear la evolución del sistema y sus actores y así afinar las herramientas de intervención por parte de la administración Distrital.

Por otra parte, se identificaron algunas situaciones que permanecen constantes en el tiempo que han dificultado el desarrollo de las actividades propias de la comunicación comunitaria y alternativa:

1. La sostenibilidad es uno de los temas con mayor relevancia, por lo que se hace necesario identificar nuevas formas para que los medios permanezcan más allá del sistema de las pautas.
2. Algunos medios han perdido su identidad como escenarios de participación social y política de las comunidades, esto en algunos casos debido a las dificultades de sostenibilidad que los llevan a realizar acciones orientadas principalmente a la consecución de recursos, alejadas de su objetivo principal de comunicación o por cómo se mencionó anteriormente, por la concepción que tienen acerca de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa.
3. Se identifica que no existe una articulación clara entre los medios, esto porque existen conflictos internos o porque no se percibe la importancia de esto.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

4. Las comunidades no reconocen el rol y la importancia de los medios comunitarios y alternativos en el desarrollo local. A su vez los medios no realizan ejercicios constantes para identificar las necesidades comunitarios y así diseñar contenidos atractivos.
5. Se perciben escenarios conflictivos en torno al desarrollo de las actividades de los medios comunitarios y alternativos, relacionadas con bajas capacidades para tramitar de forma proactiva las dificultades a las que se enfrentan con un énfasis en los espacios diseñados para la participación efectiva de estos
6. No se cuenta con suficientes maneras de hacer gestión de oferta y acceder a financiación, por lo que se requiere generar mejores condiciones para ejercer su labor, brindando garantías para participar en las convocatorias públicas y estableciendo requisitos de contratación más acordes con las dinámicas bajo las cuales funcionan estas instancias. Así como fomentar articulaciones entre medios para potenciar nuevas oportunidades.

Así pues, los medios continúan padeciendo una serie de necesidades que permanecen en el tiempo y que son reiterativas, como lo son acceder a estrategias de fortalecimiento organizativo enfocados a procesos formativos y de cualificación en temas como creación contenidos, innovación y estrategias de publicidad. De igual manera, es fundamental implementar mecanismos de fortalecimiento tendientes a promover la sostenibilidad administrativa y financiera de estos nichos de emprendimiento socio-económico. Y finalmente, garantizar espacios de participación activos, inclusivos y democráticos que les permita a los actores de la comunicación comunitaria comunicarse, articularse, integrarse e incidir en los asuntos públicos que afectan a este sector.

En este escenario, y en cumplimiento de los compromisos adquiridos en el Pacto de la Comunicación Comunitaria, suscrito entre la entonces candidata a la alcaldía Claudia López y los representantes de los diferentes sectores de la comunicación comunitaria, se incorporó la formulación de la política pública de comunicación comunitaria y alternativa en el Plan De Desarrollo Distrital 2020-2024: Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI como una meta a cumplir en el cuatrienio. Dicha formulación además de abordar los problemas del sector de la comunicación comunitaria, debía contar con los elementos técnicos necesarios para garantizar su adecuada implementación, seguimiento y evaluación a través de indicadores de medición claros.

De acuerdo con lo mencionado hasta este punto, se puede establecer que, si bien el marco



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

jurídico nacional y distrital representa un avance en términos normativos que no puede desconocerse, se ha identificado que las dificultades para el ejercicio de los procesos de comunicación comunitaria permanecen. Esto debido a que persisten no solo las débiles capacidades organizativas de los integrantes de los medios comunitarios y alternativos para alcanzar los propósitos de la comunicación comunitaria y alternativa, sino también por la falta de legitimidad sobre el qué hacer de los medios comunitarios y alternativos, y el poco acceso a recursos logísticos y financieros para el ejercicio de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa. Esto se ve reflejado en las débiles capacidades técnicas y administrativas de los integrantes de los medios para el desarrollo de procesos de comunicación comunitaria y alternativa, la debilidad en la capacidad de los integrantes de los medios comunitarios de comunicación para crear redes y alianzas, y la baja capacidad de los medios para tramitar, de forma proactiva, los conflictos entre los representantes de los medios comunitarios y alternativos al interior de las instancias de participación.

Estos elementos confluyen de manera sistemática impidiendo la consolidación de comunicación comunitaria y alternativa como proceso para la construcción democrática de Bogotá, pues por medio de este, las comunidades asumen una voz propia, se organizan para integrarse y visibilizarse por intereses comunes para desarrollar y gestionar procesos comunicativos que reivindican a la población desde sus prácticas cotidianas con un enfoque de derechos humanos.

Esto, es de suma importancia, teniendo en cuenta que estos procesos comunicativos aportan a la construcción de una ciudadanía participativa, más aún cuando se ha identificado un elevado aumento de medios comunitarios y alternativos registrados en el Directorio Distrital de medios, tal como se muestra en la siguiente gráfica, y frente a los cuales se hace necesario contar con acciones que propendan a su fortalecimiento organizativo en aras de contribuir a la democratización de la comunicación.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

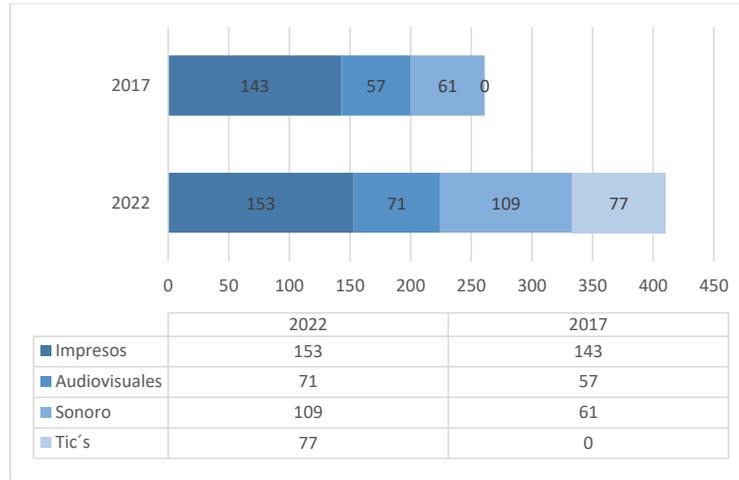


Ilustración 9 Comportamiento del número de medios comunitarios 2017-2022 – IDPAC. Fuente EAFIT 2027 y Directorio Distrital 2022

Las razones por las cuales el registro de medios comunitarios y alternativos en Bogotá tuvo un aumento de 57% en los últimos cinco años, están asociadas a los beneficios de acceso a servicios que tiene registrarse tanto en el Directorio Distrital de Comunicación Comunitaria y Alternativa como en la Plataforma de la Participación que maneja el IDPAC. Estos beneficios están relacionados principalmente con la divulgación de la información de contacto de los medios a nivel distrital, acceso a estrategias de fortalecimiento organizacional, y acceso a nuevas tecnologías de la comunicación como incentivos para el fortalecimiento.

Las implicaciones que esto trae conllevan a que la administración distrital reflexione sobre la necesidad de reformular la política pública de comunicación comunitaria a la luz de las nuevas realidades culturales, económicas y tecnológicas, y diseñar instrumentos de caracterización de los medios comunitarios como actor fundamental para el ejercicio de la comunicación comunitaria en Bogotá.

Estrategia, proceso y resultados de la participación

Los espacios institucionales para la discusión de la política fueron abordados a partir de una metodología de investigación de acción participativa, cuyo fin es que sujetos de la



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

investigación pasen de ser “objeto” de estudio a protagonista de este. En este tipo de ejercicio los actores participantes se involucran en todo el proceso; en el caso de la política se involucran desde el alistamiento hasta la formulación e implementación. Lo anterior, permitió tener en cuenta las problemáticas y las necesidades por las cuales atraviesa la comunicación comunitaria y alternativa, con el fin de identificar los medios posibles para una efectiva solución a la problemática.

A continuación, se presentan con detalle el desarrollo de cada uno de los elementos de la estrategia de participación:

1. Identificación de actores y ciudadanía

Teniendo en cuenta la Guía para la formulación e implementación de políticas públicas del Distrito Capital, el proceso de construcción de la política pública debe contar con la voz de la ciudadanía, organizaciones, sectores y actores en las diferentes etapas del proceso. Desde esta perspectiva, se identificaron los siguientes actores institucionales, así como sociales. Esta identificación de actores tuvo en cuenta la forma organizativa de los medios comunitarios y alternativos a los que la política apunta, sin desconocer la importancia de incluir en análisis desde los diferentes enfoques en especial el de Derechos Humanos, de género, diferencial, poblacional, territorial y ambiental, buscando contar con diversidad de participantes que dieran su percepción desde el lugar en donde se identifican.

A continuación, se presentan los actores que fueron considerados importantes para este diagnóstico, de acuerdo con las especificidades de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa, que como se ha mencionado se organizan de acuerdo con los sectores por medio de los cuales ejercen sus actividades los diferentes medios comunitarios y alternativos:

No.	ACTOR	CARACTERÍSTICAS	INTERESES Y EXPECTATIVAS	POTENCIALIDADES - DEBILIDADES
1	Sector de medios escritos o gráficos de comunicación comunitaria y alternativa	Organización social. Carácter privado	Interés económico. Pauta con entidades del Distrito	Experiencia y trayectoria, falta de desarrollo de contenidos propios
2	Medios sonoros de comunicación comunitaria y alternativa.	Organización social. Carácter privado	Interés económico. Pauta con entidades del Distrito	Experiencia y trayectoria en radio tradicional. Nueva vertiente en lo digital, con menos impacto y trayectoria. No cuentan con parrilla de



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

				programación enfocada a lo comunitario.
3	Medios audiovisuales de comunicación comunitaria y alternativa.	Organización social. Carácter privado	Interés económico. Pauta con entidades del Distrito	Experiencia, trayectoria y contenidos propios de los dos sectores (televisión cerrada y digital). Sin embargo, sus costos y tiempo en producción los debilitan.
4	Organizaciones no gubernamentales cuyo objeto social se relacione con las actividades de comunicación comunitaria y alternativa.	Organización social. Carácter privado	Interés económico para la consecución de recursos para el desarrollo de proyectos	Naturaleza jurídica que les da un nivel de formalización mayor con respecto a los otros sectores. No se dedican exclusivamente al tema de comunicación comunitaria y alternativa.
5	Facultades universitarias de ciencias humanas, de ciencias sociales o de comunicación social.	Instituciones de Educación Superior	Interés económico y de investigación	Tienen una alta capacidad técnica y conceptual, pero su nivel de incidencia es bajo.
6	Medios de nuevas tecnologías - TIC	Organización social. Carácter privado	Interés económico. Pauta con entidades del Distrito	Aprovechamiento de las nuevas tecnologías. Desconocimiento para potencializarlas.
7	El sector de medios comunitarios con enfoque diferencial étnico	Organización social. Carácter privado	Interés económico. Pauta con entidades del Distrito	Participación en los diferentes sectores de los procesos de comunicación comunitaria y reconocimiento especial en políticas estatales. No cuentan producción propia.
8	El sector de medios comunitarios con enfoque diferencial discapacidad	Organización social. Carácter privado	Interés económico. Pauta con entidades del Distrito	en los diferentes sectores de los procesos de comunicación comunitaria y reconocimiento especial en políticas estatales. No cuentan producción propia.
9	El sector de medios comunitarios conformados por mujeres.	Organización social. Carácter privado	Interés económico. Pauta con entidades del Distrito	en los diferentes sectores de los procesos de comunicación comunitaria y reconocimiento especial en políticas estatales.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

				No cuentan producción propia.
10	El sector conformado por estudiantes universitarios de comunicación social	Instituciones de Educación Superior	Interés económico y de investigación	Tienen una alta capacidad técnica y conceptual, pero su nivel de incidencia es bajo.
11	Alcaldía Mayor de Bogotá	Entidad pública del nivel distrital	Interés político, implementación PDD fortalecimiento de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa	Alto nivel de decisión, pero no tiene tiempo para atender asuntos particulares. No cuenta con una institucionalidad suficiente para el abordaje del tema
12	Alta Consejería de Comunicaciones	Entidad pública del nivel distrital	Fortalecimiento a los medios comunitarios y alternativos	Nivel de incidencia en el proceso, sin recursos de inversión para el proceso
13	Secretaría Distrital de Gobierno	Entidad pública del nivel distrital	Interés técnico en la formulación de la política pública y fortalecimiento de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa	Alto nivel de decisión, pero no tiene tiempo para atender asuntos particulares
14	Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte.	Entidad pública del nivel distrital	Interés técnico, ejecución presupuestal, formulación de la política y fortalecimiento de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa	Interés en el tema y recursos de inversión, pero no tiene tiempo para atender asuntos particulares
15	Secretaría Distrital de Educación	Entidad pública del nivel distrital	Interés técnico, formulación política y fortalecimiento de	Poco interés en el tema, pero ha participado en el proceso.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

			los procesos de comunicación comunitaria y alternativa	
16	Secretaría Distrital de Desarrollo Económico	Entidad pública del nivel distrital	Interés técnico, formulación política y fortalecimiento de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa	Interés en el tema como un nuevo aliado del proceso, pero es necesario involucrarlo más en el proceso y que dé a conocer sus estrategias
17	Secretaría Distrital de Planeación	Entidad pública del nivel distrital	Interés técnico, formulación política y fortalecimiento de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa	Conocimiento técnico en la formulación de la política.
18	Instituto Distrital de la Participación y la Acción Comunal IDPAC	Entidad pública del nivel distrital	Interés técnico, liderazgo formulación de la política fortalecimiento de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa	Alto nivel de decisión, pero cuenta con pocos recursos humanos y financieros para adelantar un proceso más amplio
19	Instituto Distrital de Turismo	Entidad pública del nivel distrital	Interés técnico y fortalecimiento de la organización social	Poco interés en el tema, pero cuentan con algunos recursos para la vinculación de medios
	Secretaría Distrital de Planeación a la Dirección de Diversidad Sexual	Entidad pública del nivel distrital	Interés técnico, en la formulación de la política	Conocimiento técnico en la formulación de la política, pero se requiere mayor articulación y acompañamiento para el proceso
20	IDARTES	Entidad pública del nivel distrital	Interés técnico, formulación política y fortalecimiento de la organización social	Interés parcial en el tema, pero cuentan con algunos recursos para la vinculación de medios



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

21	Canal Capital	Sociedad entre entidades públicas organizada como empresa industrial y comercial del estado, con carácter de entidad descentralizada indirecta del nivel distrital	Interés técnico, formulación política y fortalecimiento de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa	Mucho interés en el tema, pero poco conocimiento del proceso de los medios comunitarios y alternativos
22	ETB	Empresa mixta con un régimen de derecho privado	Coordinar el proceso de contratación según requerimientos con los medios comunitarios	Conocimientos técnicos para procesos de contratación, pero a la vez presentan desorganización y desarticulación para llevar a cabo estos procesos de contratación
23	Comunidad	Comunidades y ciudadanía no organizadas	Reconocimiento de necesidades.	Desconocimiento del rol e importancia de los procesos de comunicación comunitaria, actores muy diversos

Tabla 6 Actores importantes

2. Convocatoria

Frente a la divulgación de la convocatoria con actores institucionales, así como con los diferentes medios comunitarios, se han utilizado varios canales de comunicación tales como el envío de oficios dirigidos a los diferentes actores institucionales mencionados anteriormente, así como el envío de las invitaciones a Mesa Distrital de Comunicación Comunitaria, como espacio de representación de todos los medios comunitarios y alternativos, por correos electrónicos. Se realizaron a su vez llamadas telefónicas a los medios comunitarios y alternativos inscritos en el directorio y convocatorias abiertas por medio de redes sociales como Twitter. En el caso de las encuestas, se remitió invitación para participar a todos los medios incluidos en el directorio del IDPAC.

Es importante mencionar que no se hicieron invitaciones específicas por grupos poblacionales o enfoques, toda vez que, a solicitud de los mismos medios comunitarios y alternativos, a través de la Mesa Distrital, se convocó para realizar actividades por sectores, en los cuales hay representación de diversos grupos poblacionales y enfoques.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Durante la fase de formulación se realizó convocatoria y visitas a diferentes instancias de participación que contemplan otros actores de importancia como los jóvenes, estudiantes de colegios distritales, profesores y personas mayores.

3. Definición de los espacios participativos y metodologías desarrolladas.

Los espacios de participación se dividieron en tres grandes grupos de actividades, encaminados a obtener la mayor información respecto de las necesidades propias de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa. A continuación, se detallan los avances alcanzados en cada uno de los espacios participativos:

i. Espacios de discusión en la Mesa Distrital de Medios Comunitarios

Estos espacios fueron trabajados con la Mesa Distrital de Medios comunitarios, como instancia de participación representativa. En ese contexto, se desarrollaron mesas de discusión y acciones de debate público en torno al derecho a la información y la comunicación comunitaria y alternativa con los actores que componen la mesa (representantes de los medios comunitarios y entidades como el IDPAC, Secretaría Distrital de Gobierno, Secretaría de Educación del Distrito, Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, y Canal Capital). Los aportes que se recolectaron en estos espacios fueron insumo fundamental para la elaboración del árbol del problema, y en ese sentido la participación tuvo un alcance de concertación ya que a partir de la interacción con la mesa se construyó de manera colectiva el árbol de problema.

ii. Asambleas por sectores

Por su parte, las asambleas por sectores se plantearon como escenarios de participación exclusivamente con los representantes de cada uno de los sectores de medios comunitarios, para fomentar la construcción colectiva de manera tal que fuera posible ahondar en las problemáticas y necesidades particulares de los diferentes sectores de medios comunitarios, a partir del análisis de la situación específica de cada uno de los sectores y actores. Estos espacios tuvieron un carácter multifacético, pues en primera medida fueron de tipo formativo e informativo, pero en segunda medida tuvieron un



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

alcance deliberativo y finalmente de concertación, puesto que los aportes se retomaron en la construcción del árbol de problema y en el diseño del plan de acción.

En particular, durante los años 2021 y 2022, se desarrollaron 16 espacios de encuentro entre mesas de discusión generales y asambleas por sectores con una participación total de 233 personas, de las cuales 69 fueron mujeres y 164 hombres. A continuación, se detalla la composición de los escenarios participativos:

No.	Tipo de escenario*	Número de encuentros	Número de participantes
1	Mesas de discusión con diferentes sectores	9	146 personas
2	Asamblea sector sonoro	1	5 personas
3	Asamblea sector impreso	1	7 personas
4	Asamblea general discusión metodológica	1	14 personas
5	Asamblea territorial Usaquéen	1	20 personas
6	Mesa Distrital Medios Comunitarios.	1	19 personas
7	Asamblea sector ONG	1	9 personas
8	Asamblea sector TIC	1	13 personas
9	Consejos locales de juventud	2	25 personas
10	Concejo distrital de sabios y sabias	1	30 personas
11	Grupo de educomunicación SED	2	22 personas

Tabla 7. Escenarios de discusión.

Es necesario aclarar que en cada uno de estos escenarios se contó con delegados de medios comunitarios que representaban distintos enfoques de derechos humanos, género, diferencial, territorial y ambiental. Si bien no se convocó espacios únicos para estos sectores, quienes participaron desde su discapacidad, su origen étnico, o sus saberes hicieron aportes que estaba en línea con lo discutido. en este sentido participaron de la siguiente manera:

La metodología estuvo compuesta por dos partes: la primera parte, contempló la presentación general de la política pública desde el punto de vista social y técnico, con el fin de brindar a la audiencia un contexto y contenidos del tema a tratar. La segunda parte, fue el espacio de recolección de información a partir de la discusión de temáticas relacionadas con la política pública, partiendo de una serie de preguntas orientadoras que



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

permitieron a los participantes aportar sus ideas, propuestas y observaciones. Las preguntas orientadoras fueron las siguientes:

1. ¿Qué es la comunicación comunitaria y alternativa?
2. ¿Cuáles son los actores que median la comunicación comunitaria y alternativa?
3. ¿Qué son los medios de comunicación comunitaria y alternativa?
4. ¿Cuál es el papel de los medios de comunicación comunitaria y alternativa en una sociedad como la colombiana?
 - a. ¿Hasta dónde llega esa función de la comunicación comunitaria?
5. ¿Existen diferentes tipos medios de comunicación comunitaria y alternativa?
 - a. ¿Una red social (¿Twitter, Instagram, WhatsApp, etc., se pueden considerar medios de comunicación comunitaria y alternativa?
6. ¿Los medios de comunicación comunitaria y alternativa en Colombia o América Latina son iguales o tienen la misma función que en otras partes del mundo?
7. ¿Cuáles son las necesidades de los medios de la comunicación comunitaria y alternativa en Bogotá?
8. ¿La institucionalidad dispuesta para la comunicación comunitaria en Bogotá se adapta a las necesidades de los medios de comunicación comunitaria y alternativa?
 - a. ¿Cuál debería ser el diseño institucional para que la comunicación comunitaria y alternativa se adapte a las necesidades de los medios de comunicación comunitaria y alternativa?
9. ¿Cómo fortalecer un medio desde?
 - Su funcionamiento
 - Su organización
 - Su capacidad de incidencia
 - Su sostenibilidad económica
10. ¿Cuáles deben ser los espacios de discusión de los medios de comunicación comunitaria y alternativa en Bogotá?

iii. Sondeos virtuales.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Se implementaron estrategias de diálogo y recolección de propuestas a través de la plataforma de Bogotá Abierta, con el propósito de abarcar las ideas de la ciudadanía en general y ampliar el espectro de participación más allá del sector involucrado. La información recolectada a través de este mecanismo sirvió de insumo para la cualificación del diagnóstico y la elaboración del plan de acción. De acuerdo con lo anterior, esta estrategia de participación ampliada tuvo un alcance de participación tipo consulta, puesto que se basó en identificar elecciones y preferencias individuales para identificar tendencias y comportamientos.

Durante el 2022 se realizaron 95 sondeos virtuales con medios comunitarios y alternativos. El instrumento de recolección de información se denominó *“Actualizando la política pública de comunicación comunitaria”*. Las preguntas realizadas estuvieron orientadas a conocer las posturas de los medios respecto de la política y de algunos temas que se consideran relevantes como dificultades y recomendaciones. Las preguntas fueron las siguientes:

1. ¿Para usted qué es un medio de comunicación comunitaria?
2. ¿A qué sector pertenece el medio comunitario al que usted representa?
3. El medio que usted representa ¿ha tenido acceso a recursos de divulgación de la gestión pública?
4. ¿El medio comunitario que usted representa está inscrito ante el IDPAC?
5. ¿Considera que la democratización de los gastos de divulgación de la gestión pública deberá ser parte de la política pública de comunicación comunitaria?
6. ¿Cuáles son los 4 factores que permiten a un medio comunitario tener un soporte económico adecuado?
7. ¿cree que la legislación actual es suficiente para solucionar las diferentes problemáticas de la comunicación comunitaria en Bogotá?
8. ¿Qué tipo de cambio institucional cree que es necesario para que la comunicación comunitaria tenga mayor impacto en la ciudadanía?
9. ¿Qué es esencial para el desarrollo tecnológico de los medios comunitarios?
10. ¿Qué les falta a los medios comunitarios para poder llegar a las diferentes poblaciones?
11. ¿Qué aspectos son necesarios para que los medios de comunicación comunitaria puedan tener legitimidad social y sostenibilidad adecuada?



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

12. ¿Cuáles son los factores que no permiten una participación adecuada de un medio comunitario en las decisiones que los afectan?

Los resultados obtenidos fueron sistematizados para obtener una visión actualizada frente a las dificultades y algunas recomendaciones.

En el 2023 se realizaron 93 sondeos virtuales con docentes y estudiantes de colegios distritales que participan en la estrategia de educomunicación liderada por la secretaria de Educación.

4. Resultados de la información obtenida del proceso de participación

Teniendo en cuenta los espacios de participación mencionados en el capítulo anterior, a continuación, se presentan los resultados cualitativos y cuantitativos por tipo de espacio de participación.

El proceso de participación ciudadana en la fase de agenda pública dio como resultado la identificación de situaciones problemáticas a partir de las ideas de los participantes, y de las necesidades propias de cada sector. Este ejercicio se organizó en dos momentos: el primero pensado en los resultados/conclusiones generales en torno a la situación de la comunicación comunitaria y alternativa, y las reflexiones a partir de los sectores específicos a partir de las mesas y asambleas de discusión; y el segundo los resultados obtenidos de las encuestas realizadas. Es importante señalar que la representación de los medios con personas con discapacidad, remitieron durante el proceso algunas de preocupaciones y recomendaciones para esta política.

En total la estrategia de participación ciudadana contó con la intervención de 211 personas pertenecientes a los medios comunitarios y 95 medios encuestados.

Concertación de productos para el plan de acción de la política pública

Con los elementos recogidos en los espacios de participación mencionados, el equipo técnico del IDPAC consolidó el documento diagnóstico de la política pública, y lo dispuso como insumo para la etapa de formulación. Para dicha etapa, el IDPAC en articulación con



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Canal Capital, realizó una mesa de concertación intersectorial el 26 de septiembre de 2022, con la Secretaría de Educación del Distrito, la Secretaría General de la Alcaldía Mayor, y la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. En esta mesa se concertó con estas entidades los productos que estarían en el plan de acción de la política pública, y las responsabilidades y corresponsabilidades correspondientes.

Cabe agregar que la Secretaría de Desarrollo Económico también fue invitada a esta mesa, pero por temas de agenda no fue posible su asistencia. Por lo tanto, se realizó un proceso de concertación unidireccional que culminó con la corresponsabilidad de esa entidad en uno de los productos del plan de acción, relacionado con el Programa de Autosostenibilidad Económica y Organizativa para integrantes de medios comunitarios y alternativos.

Validación Mesa de Trabajo de la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria

En el espacio Mesa de Trabajo de la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria, fueron abordados y discutidos los documentos generales de la política pública en la última sesión de trabajo realizada en 2022, donde en compañía del director de IDPAC se señalaron los criterios generales que se tuvieron en cuenta para la formulación de la Política Pública de Comunicación Comunitaria. En ese sentido, este espacio se dio posteriormente a la formulación de la primera versión del plan de acción, y tuvo un alcance de participación de concertación, puesto que se puso a discusión de los asistentes la pertinencia e integridad de los documentos de la política, es decir, documento diagnóstico, documento técnico de soporte y plan de acción.

Entre los acuerdos a los que se llegaron se tuvo en cuenta la inclusión de la definición de cada uno de los tipos de medios identificados en el trabajo de la comunicación comunitaria en los documentos de la política, así como también algunos apartes sobre los enfoques en especial el tema de discapacidad.

De igual manera, se le dio mayor relevancia a un tema que la Mesa considera muy importante que son los acuerdos establecidos en el pacto suscrito con la Alcaldesa. Este pacto contempla cuatro puntos gruesos que recogen las demandas de los medios de comunicación comunitaria y alternativa para avanzar en la actualización y relanzamiento de la política pública, priorizando aspectos como: el fortalecimiento técnico, administrativo y



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

financiero de los medios comunitarios; el otorgamiento de garantías para participar en la divulgación de la gestión pública; el robustecimiento de los enfoques diferenciales y la adecuación de la política a lo dispuesto en el Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto en materia de medios comunitarios (Decreto Distrital 290 de 2017) y las transformaciones en el sector TIC (Ley 1834 de 2017). Todos estos puntos fueron incorporados en los productos del plan de acción de la política, o se identificaron como productos a etiquetar en otras políticas ya existentes.

Adicional al espacio desarrollado con la Mesa, el IDPAC implementó una estrategia de participación ciudadana en la fase de formulación del plan de acción que contó con la intervención 93 sondeos virtuales con la comunidad educativa, 2 sesiones de socialización con docentes y estudiantes de los colegios distritales con procesos de comunicación escolar, 2 sesiones de socialización con los jóvenes de los consejos locales de juventud en las localidades de Rafael Uribe Uribe y Teusaquillo y con el consejo distrital de Sabios y Sabias



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Diagnóstico

El problema central identificado en el diagnóstico e identificación de factores estratégicos es: *“Los medios comunitarios y alternativos en Bogotá presentan debilidades organizativas y condiciones no favorables para su funcionamiento que impiden la consolidación de comunicación comunitaria y alternativa como proceso para la construcción democrática de Bogotá”*

En el proceso de diagnóstico se identificaron 19 puntos críticos respecto de los actuales se realizó un análisis a partir del estado actual, su importancia y pertinencia, así como la competencia del distrito. A partir de este ejercicio se priorizaron 16 de estos, respecto de los cuales se realizó un análisis para determinar el grado de influencia y dependencia entre ellos y de esta manera poder decantar la información para contra con los factores estratégicos, estos puntos críticos finales fueron:

1. Baja capacidad para tramitar, de forma proactiva, los conflictos entre los representantes de los medios comunitarios al interior de las instancias de participación.
2. Bajo reconocimiento por parte de las comunidades y las instituciones sobre el papel de los medios comunitarios y alternativos.
3. Debilidad en la capacidad de los integrantes de los medios comunitarios de comunicación para crear redes y alianzas.
4. Pérdida de identidad de los medios.
5. Débiles capacidades técnicas y administrativas para el desarrollo de procesos de comunicación comunitaria y alternativa.
6. Baja apropiación de las nuevas tecnologías de la información.
7. Existen barreras que impiden el acceso a los recursos dispuestos para los medios comunitarios a través de convocatorias públicas.
8. Debilidad en la oferta pública para el fortalecimiento y estímulo de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa.
9. Acceso reducido a los recursos destinados a pauta publicitaria por parte de los integrantes de los medios de comunicación comunitaria y alternativa de Bogotá.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

El análisis respecto de estos nueve puntos críticos se basó en aquellos que tienen la capacidad de transformar la situación actual que se ha identificado como problemática. Esto fueron:

1. Capacidades organizativas de los integrantes de los medios comunitarios y alternativos para alcanzar los propósitos de la comunicación comunitaria y alternativa.
2. Legitimidad sobre el qué hacer de los medios comunitarios y alternativos.
3. Acceso a recursos logísticos y financieros para el ejercicio de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa.

A continuación, se detallan los posibles futuros y síntesis de estos factores:

1. *Capacidades organizativas de los integrantes de los medios comunitarios y alternativos para alcanzar los propósitos de la comunicación comunitaria y alternativa*

Este factor, parte de la idea que, contribuyendo con la mejora de las capacidades organizativas de los medios comunitarios y alternativos en diferentes dimensiones, se incrementan las posibilidades de que cuenten con mayores garantías de sostenibilidad, así como propiciar que se obtenga el reconocimiento deseado en diferentes escenarios.

Se consideran dimensiones relevantes para tener en cuenta las siguientes:

- **Direccionamiento Estratégico.** Es la capacidad de los integrantes de los medios comunitarios y alternativos para orientar las acciones de corto, mediano y largo plazo. Esta dimensión incluye el fortalecimiento de las capacidades para la planeación estratégica y para el seguimiento y gestión del conocimiento.
- **Organización y Funcionamiento.** Se entiende como la capacidad de los medios comunitarios y alternativos para contar con una estructura organizativa clara, que les permita identificar los roles, conocimientos y habilidades de sus integrantes y de esta manera poder orientar los procesos de formación y mejoramiento. En este sentido, se incluye la necesidad de fortalecer las habilidades y conocimientos técnicos que les permitan a los medios



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

comunitarios y alternativos hacer uso de las nuevas tecnologías de la información y generar contenidos de mejor calidad. Adicionalmente, contempla el establecer planes de acción para cuando se presenten tensiones entre integrantes de medios comunitarios y alternativos y fortalecer las habilidades blandas para de tramitar de forma proactiva estos conflictos.

- **Gestión de Recursos.** Es la capacidad de los medios comunitarios y alternativos para generar u obtener recursos físicos, tecnológicos, digitales y financieros, necesarios para realizar las acciones planeadas. Este fortalecimiento incluye la necesidad de mejorar las competencias para poder acceder a la oferta pública existente.
- **Transparencia.** Es la capacidad de adelantar esfuerzos para comunicar de manera efectiva las gestiones que se realizan. La transparencia, permite aumentar la credibilidad y confianza de los receptores de la información, quienes a su vez pueden brindar recomendaciones de mejora que contribuyan al fortalecimiento de la labor de los medios comunitarios y alternativos.
- **Inclusión.** Es la capacidad para desarrollar acciones con sensibilidad a la diversidad de poblaciones que cuentan con necesidades y demandas específicas que requieren ser atendidas para garantizar y mejorar su calidad de vida.
- **Alianzas.** Es la capacidad de los integrantes de los medios comunitarios y alternativos para establecer escenarios de trabajo conjunto con otros medios comunitarios y alternativos con el fin de alcanzar objetivos comunes y conseguir beneficios para las partes involucradas.
- **Incidencia.** Esta capacidad está asociada a la necesidad de que los medios comunitarios y alternativos sean participes no solo de los escenarios de participación dispuestos, sino que sus integrantes cuenten con las habilidades para incidir en espacios de toma decisiones sobre políticas públicas y concretar sus intereses.

En este sentido, se plantea como meta de este factor estratégico **Fortalecer las capacidades organizativas de los integrantes de los medios comunitarios y alternativos en aras de aportar a su sostenibilidad.**



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

2. Legitimidad sobre el qué hacer de los medios comunitarios y alternativo medios comunitarios y alternativos

Se considera que este factor estratégico debe estar dirigido a buscar la legitimidad de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa tanto a nivel institucional, como comunitario. Estos ejercicios deben pensarse en dos vías. Por un lado, desde lo institucional, reconociendo los esfuerzos que desde el distrito se han realizado para comprender y resaltar el papel de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa; y por el otro, desde lo comunitario, en aras de hacer a la comunidad parte de los ejercicios comunicativos. Este factor tiene en cuenta que el contexto social en el cual se desarrollan los procesos de comunicación comunitaria y alternativa no es el más favorable, por lo que es importante realizar acciones que se encaminen a realizar proyecciones respecto al ejercicio de la comunicación comunitaria y alternativa por parte de los medios. La meta entonces se define como **legitimar el rol de los medios de comunicación comunitaria y alternativa en la construcción democrática de Bogotá.**

3. Acceso a recursos logísticos y financieros para el ejercicio de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa

Se considera importante este factor estratégico, en la medida que, a pesar de los esfuerzos por contar con oferta, esta no es permanente, ni obedece a un lineamiento de política pública específica. Lo anterior, se acentúa cuando no se cuenta con procesos de coordinación y articulación institucional que permitan aunar esfuerzos entre entidades y cuando los medios desconocen la oferta existente. Así mismo, se evidencia un acceso reducido a los recursos destinados a pauta publicitaria por parte de los integrantes de los medios de comunicación comunitaria y alternativa, esto se sustenta en que aproximadamente solo el 20% de los medios comunitarios y alternativos acceden a este tipo de recursos.

Se considera, así mismo, que a pesar de que existen lineamientos encaminados a promover la inclusión de los medios en la ejecución de acciones de divulgación, se hace necesario buscar estrategias que permitan el cumplimiento y el acceso real a esta fuente de financiación.

En este sentido la meta de este factor se plantea de la siguiente manera: **Aumentar**



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

el acceso a recursos logísticos y financieros para el ejercicio de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa.

De acuerdo con lo anterior, se presenta el siguiente esquema de árbol de problemas.

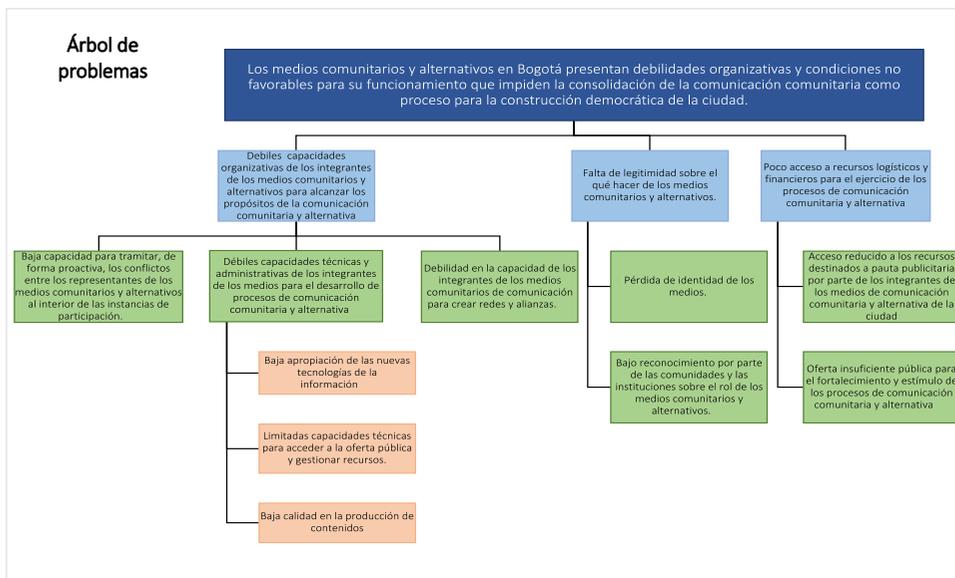


Ilustración 10 Árbol del problema



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Formulación de la política

Para llegar a la definición de los objetivos de la política se utilizaron los tres factores estratégicos y a partir de los resultados esperados para cada factor estratégico, posteriormente se definieron los objetivos específicos que surgen de la identificación de un común denominador entre resultados. A continuación, se presenta el ejercicio:

Factor estratégico	Común denominador	Resultados esperados
Capacidades organizativas de los integrantes de los medios comunitarios y alternativos para alcanzar los propósitos de la comunicación comunitaria y alternativa	Participación, dialogo, Fortalecimiento, capacidades, sostenibilidad, gestión de recursos, organizativas	Aumento de las capacidades organizativas de los integrantes de los medios comunitarios y alternativos de comunicación. Este aumento de capacidades se garantiza a través de diversos mecanismos de fortalecimiento que contemplan el mejoramiento de habilidades para crear redes y alianzas, capacidades para tramitar conflictos internos y capacidades técnicas y administrativas para el desarrollo de procesos de comunicación comunitaria y alternativa
Legitimidad sobre el qué hacer de los medios comunitarios y alternativos	Legitimidad de los medios, reconocimiento, institucionalidad, ciudadanía, identidad	Las comunidades y la institucionalidad reconocen la importancia de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa en los procesos sociales, culturales y políticos.
Acceso a recursos logísticos y financieros para el ejercicio de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa	Acceso a oferta distrital, fortalecimiento social y productivo, gastos de divulgación, pauta.	Los medios comunitarios y alternativos acceden a la oferta institucional del distrito. Los medios comunitarios y alternativos acceden a gastos de divulgación



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Tabla 3 Identificación de objetivos - resultados esperados y comunes denominadores

Objetivo general

Promover la comunicación comunitaria y alternativa como proceso para la construcción democrática de Bogotá D.C., a partir del fortalecimiento organizativo de los medios comunitarios y alternativos.

Objetivos específicos

- a) Fortalecer las capacidades organizativas de los medios comunitarios y alternativos para alcanzar los propósitos de la comunicación comunitaria y alternativa.
- b) Fortalecer el reconocimiento y legitimidad de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa por parte de la institucionalidad y las comunidades como promotores en el desarrollo social, cultural y político.
- c) Incrementar el acceso a recursos logísticos y financieros de los medios comunitarios y alternativos para el ejercicio de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa.

Estrategias o líneas de acción

Para el cumplimiento de los objetivos de la política, se formularon acciones organizadas en tres ejes temáticos, de la siguiente manera:

1.1. Fortalecimiento de las capacidades organizativas de los medios de comunitarios y alternativos de comunicación, incorporando los enfoques de política con énfasis en la promoción de los temas de paz y reconciliación

Acciones con enfoque diferencial poblacional, territorial y de género, tendientes a fortalecer las capacidades técnicas y alcances de los medios comunitarios y alternativos. En esta línea de acción se hace énfasis en la promoción del abordaje de temas de paz y reconciliación, debido a que la reconciliación, la convivencia y la promoción de una cultura de paz es uno de los elementos del quehacer de los medios comunitarios y alternativos, a través de las experiencias y procesos comunicativos locales.

Se incluyen acciones como:



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

- a. Acciones de fortalecimiento organizativo de las personas integrantes de los medios comunitarios y alternativos para alcanzar los propósitos de la comunicación comunitaria y alternativa.
 - Crear un programa de formación autosostenibilidad económica y organizativa para integrantes de medios comunitarios y alternativo
 - Fortalecimiento de los medios comunitarios y alternativos a través del Modelo de Fortalecimiento del IDPAC. (IFMC).
- b. Formación de la ciudadanía en comunicación comunitaria a través de cursos orientados a aportar una fundamentación, contexto sociohistórico (experiencias) y construcción y puesta en práctica de herramientas para la promoción y fortalecimiento de la organización de medios de comunicación comunitaria como forma de incidencia, participación y transformación en contextos sociales específicos.
- c. Fortalecimiento de las mesas locales de comunicación comunitaria que reúnen a los medios comunitarios y alternativos de cada localidad, con el propósito de conformar un espacio consultivo y de apoyo a la Alcaldía Local, la Junta Administradora Local y demás organismos consultivos de la localidad con relación al desarrollo de la política pública de comunicación comunitaria en el ámbito local.
- d. Fomentar el desarrollo de contenidos sobre promoción de los derechos humanos y el derecho internacional humanitario, programas de educación y cultura, protección ambiental, desarrollo local, protección de la infancia y juventud, fortalecimiento de la democracia y la participación ciudadana, entre otros.
- e. Fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios y alternativos como escenarios de mediación de paz y de diálogo público, para la promoción de la convivencia y la solución política negociada al conflicto social.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

1.2. Gestión comunicativa de la política pública.

Acciones que pretenden contribuir a la legitimidad de la comunicación comunitaria y alternativa, en clave del reconocimiento colectivo e institucional de esta y de los medios comunitarios y alternativos que la ejercen en los entornos locales, a partir de acciones que incorporen los diferentes enfoques de política.

Se proponen acciones tales como:

- a. Reconocimiento de medios, procesos y redes de comunicación comunitaria y alternativa. Se trata de **fortalecer los mecanismos** para la identificación y caracterización de los medios comunitarios y alternativos, así como de las redes comunitarias de comunicación, con el fin de plantear acciones acertadas y pertinentes.
- b. Sensibilización. Acciones encaminadas al reconocimiento y legitimación de la comunicación comunitaria y alternativa a nivel institucional y comunitario. Se proponen acciones como:
 - Contar con un instrumento que describa los servicios, el alcance, la población objeto, etc., de los medios comunitarios y alternativos (portafolio).
 - Realizar actos de reconocimientos de la labor de los medios comunitarios y alternativos.
 - Crear una Escuela de Comunicación Comunitaria y alternativa para jóvenes comunicadores
- c. Creación y fortalecimiento de redes de comunicación, con el fin de fomentar la articulación de medios, se propone el apoyo y promoción para la creación, fortalecimiento y reconocimiento social de redes de comunicación comunitaria y alternativa que representen medios, comunidades, grupos y sectores sociales. Así mismo, apoyar el desarrollo de iniciativas de comunicación comunitaria y alternativa procedentes de las redes.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

1.3. Gestión de la oferta y articulación institucional

Acciones que pretenden promover el acceso a la oferta de servicios institucionales y la democratización en materia de fuentes de financiación. Se identifican las siguientes líneas

- a. Promover el acceso a la oferta institucional con la que se cuenta en la actualidad.
 - Fomentar la participación de los medios comunitarios en el *Fondo Publico Chikaná*¹⁰ a partir del acompañamiento técnico en la elaboración de sus propuestas.
 - Fomentar la participación de los medios comunitarios en *el Programa Distrital de Estímulos para la Cultura* a partir del acompañamiento técnico en la elaboración de sus propuestas.
- b. Generar espacios para el fortalecimiento productivo y social de los medios comunitarios, con un énfasis en juventud.
 - Fomentar la participación de los medios comunitarios en el Programa *Bogotá Productiva Local en las líneas de Fortalecimiento y crecimiento, Financiamiento y Conexiones*, a partir del acompañamiento técnico en la elaboración de sus propuestas.
 - Realizar ferias de emprendimiento como escenario para potenciar el emprendimiento de los medios de comunicación comunitaria y alternativa.
- c. Articular con diferentes entidades distritales y locales la promoción y acceso a fuentes de financiación para los medios comunitarios.

¹⁰ Creado mediante Resolución 079 de 2022 del Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal - IDPAC



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

- Actualización de lineamientos para la democratización y participación de los medios comunitarios y alternativos de Bogotá, dentro del desarrollo de las acciones de comunicación pública que se adelanten por las diferentes entidades y organismos que integran la Administración Distrital.
- Crear lineamiento técnico para incorporar el concepto *de gasto de fortalecimiento de industrias creativas* para los medios comunitarios y alternativos en el presupuesto participativo de las alcaldías locales.
- Formación de integrantes de medios comunitarios y alternativos para presentar propuestas de presupuestos participativos con cargo a recursos de fondos de desarrollo local.

De acuerdo con lo anterior, a continuación, se presenta la estructura del plan de acción de la política pública de comunicación comunitaria, de acuerdo a los objetivos y resultados esperados, así como de los compromisos institucionales.

Objetivo específico	Resultado esperado	Producto esperado
1. Fortalecer las capacidades organizativas de los integrantes de los medios comunitarios y alternativos para alcanzar los propósitos de la comunicación comunitaria y alternativa	1.1 Aumento de las capacidades organizativas de los medios de comunitarios y alternativos de comunicación.	1.1.1 Fortalecimiento de los medios comunitarios y alternativos a través del Modelo de Fortalecimiento del IDPAC. (IFMC).
		1.1.2 Formación a través del Programa de Autosostenibilidad Económica y Organizativa para integrantes de medios comunitarios y alternativos
		1.1.3. Fortalecimiento de los procesos e instancias de comunicación comunitaria local
		1.1.4 Formación de la ciudadanía en comunicación comunitaria
2. Fortalecer el reconocimiento y legitimidad de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa como promotores en el desarrollo social, cultural	2.1 Las comunidades y la institucionalidad reconocen la importancia de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa en los procesos	2.1.1 Formación de jóvenes comunicadores y comunicadoras a través de la Escuela de Comunicación Comunitaria del IDPAC



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

y político.	sociales, culturales y políticos.	2.1.2 Portafolio de servicios de los medios comunitarios y alternativos en Bogotá actualizados
		2.1.3. Reconocimiento a la labor de los medios comunitarios y alternativos entregados en el marco a los premios a la participación
3. Incrementar el acceso a recursos logísticos y financieros de los medios comunitarios y alternativos para el ejercicio de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa.	3.1 Los medios comunitarios y alternativos acceden a la oferta institucional del distrito.	3.1.1. Incentivos para el fortalecimiento de los medios comunitarios y alternativos entregados en el marco Del Fondo Publico Chikaná
		3.1.2. Incentivos para medios comunitarios y alternativos en el marco del Programa Distrital de Estímulos para la Cultura entregados
		3.1.3. Ruedas de negocios como escenario para potenciar el emprendimiento de los medios de comunicación comunitaria y alternativa realizadas.
	3.2 Los medios comunitarios y alternativos acceden a recursos para gastos de divulgación	3.2.1 Actualización de lineamientos para la democratización y participación de los medios comunitarios y alternativos de Bogotá, dentro del desarrollo de las acciones de comunicación pública que se adelanten por las diferentes entidades y organismos que integran la Administración Distrital
		3.2.2 Lineamiento técnico para incorporar el concepto de gasto de fortalecimiento de industrias creativas para los medios comunitarios y alternativos en el presupuesto participativo de las alcaldías locales
		3.2.3 Formación de integrantes de medios comunitarios y alternativos para presentar propuestas de presupuestos participativos con cargo a recursos de fondos de desarrollo local

Tabla 4 Estructura de la Política.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Políticas públicas relacionadas (etiquetas)

Como se mencionó en este documento, la formulación de la política pública tuvo en cuenta otras Políticas Públicas distritales vigentes en las que se identificaron objetivos, metas y productos comunes respecto de las cuales debe hacerse una articulación con la política pública de comunicación comunitaria.

Política Pública Integral de Derechos Humanos – CONPES DC 05

La política de Derechos Humanos tiene como objetivo *“garantizar el goce efectivo de los derechos humanos de las personas que habitan o transitan Bogotá, a través de la articulación interinstitucional y ciudadana en el marco del Sistema Distrital de Derechos Humanos”* Esta política se organiza en productos asociados a ejes temáticos: 1) Derechos civiles y políticos; 2) Derechos económicos, sociales, culturales y ambientales; 3) Acceso a la justicia; 4) Construcción de paz; 5) Igualdad y no discriminación.

El eje temático No. 1 corresponde al objetivo de: *“Coordinar acciones para la garantía de los derechos a la integridad personal, las libertades individuales y colectivas, la seguridad y la participación ciudadana en Bogotá, a través de la promoción, la prevención, la protección y el seguimiento en el marco del Sistema Distrital de Derechos Humanos”*, es decir aquellos derechos relacionados con las libertades fundamentales, tales como el derecho a la vida, a la integridad y libertad personal, el derecho a la seguridad personal, el derecho a la libertad de pensamiento, reunión y expresión y el derecho a la participación ciudadana.

En este marco, la política definió dos acciones encaminadas a resolver la problemática de la falta de garantías de los medios comunitarios para ejercer su labor periodística, por no contar con recursos económicos y destinación presupuestal suficiente para realizar sus funciones. Así como, desprotección para adelantar su actividad cuando se presentan tensiones en el territorio por la información que es divulgada o denuncias ciudadanas que se comparten a través de sus canales informativos¹¹. Los productos definidos en su plan de acción son:

¹¹ Documento diagnóstico e identificación de factores estratégicos – Política Pública de DDHH.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Objetivo	Producto esperado	Indicador de producto
Coordinar acciones para la garantía de los derechos a la integridad personal, las libertades individuales y colectivas, la seguridad y la participación ciudadana en Bogotá, a través de la promoción, la prevención, la protección y el seguimiento en el marco del Sistema Distrital de Derechos Humanos	1.6.1 Concurso Distrital de Medios Comunitarios para el Fortalecimiento de la Cultura de Derechos Humanos, Diálogo y Convivencia.	Número de Concursos Distritales de Medios Comunitarios para el Fortalecimiento de la Cultura de Derechos Humanos, Diálogo y Convivencia
	1.6.2 Caracterizaciones de los medios comunitarios en Bogotá	Número de fichas caracterizaciones de los medios comunitarios en Bogotá

Tabla 5 Acciones Política Pública DDHH.

Ahora bien, de acuerdo con el informe de Seguimiento Plan de Acción Política con corte a diciembre de 2021 estos productos aún no están ejecutados al 100%, lo que permite que se realicen acciones de articulación que propenderán por hacer visible la labor de la comunicación comunitaria y alternativa.

Política Pública Distrital de Juventud – CONPES DC 08

El objetivo de esta política es *“Ampliar las oportunidades individuales y colectivas de las juventudes para que puedan elegir lo que quieren ser y hacer hacia la construcción de proyectos de vida, que permitan el ejercicio pleno de su ciudadanía, que generen beneficio personal y de la sociedad, a través del mejoramiento del conjunto de acciones institucionales y el fortalecimiento de sus entornos relacionales: familiar, social, educativo, virtual y público”*.

Dentro del diagnóstico realizado se identificó que dentro de las organizaciones juveniles reconocidas (309) un porcentaje (casi el 6%) se reconocen como medios comunitarios juveniles¹². Ahora bien, si bien es cierto que dentro de las metas de la política no se especifican acciones detalladas con estas organizaciones si se pueden establecer algunas que podrían ser objeto de análisis conjunto y de articulación, estas son:

¹² Documento diagnóstico e identificación de factores estratégicos – Política Pública Juventud



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Resultado esperado	Productos asociados
1.2. Jóvenes reconocidos desde sus diferentes talentos, estéticas, culturas y cosmovisiones.	1.2.4. Iniciativas juveniles realizadas por jóvenes, procesos, prácticas y organizaciones juveniles con impacto local.
5.1. Jóvenes con capacidades y espacios para poder apreciar, crear y producir bienes y servicios culturales.	5.1.1. Estrategias comunicativas para difusión, información y socialización del portafolio, la oferta y contenidos culturales, recreativos, deportivos y de las iniciativas juveniles realizadas.

Tabla 6 Acciones Política Pública de juventud.

Política Pública de discapacidad.

La Política Pública de Discapacidad adoptada por medio del Decreto Distrital 089 de 2023 contempla productos y acciones institucionales que buscan garantizar el goce efectivo de los derechos y la inclusión social de las personas con discapacidad, sus familias y las personas cuidadoras de personas con discapacidad en el territorio urbano, rural y disperso de Bogotá. Para este caso particular, se identificaron varios productos que le aportan a la política pública de comunicación comunitaria pues están relacionados con acciones de cualificación de personas con discapacidad y personas cuidadoras en el manejo y uso de las TIC, promoción de espacios de conectividad adecuados para el acceso, uso y aprovechamiento de las TIC, y capacitación y acompañamiento para las personas con discapacidad y/o personas cuidadoras de personas con discapacidad en temas de fortalecimiento empresarial y productivo en sus unidades productivas, unidades de negocio y microempresas, las cuales pueden ser medios comunitarios y alternativos.

Objetivo	Producto esperado	Indicador de producto
1. Adoptar medidas para el desarrollo de capacidades, la autonomía y la atención integral, diversa y diferencial, de las personas con discapacidad, sus familias y las personas cuidadoras de personas con discapacidad.	1. 12 Articulaciones con diferentes actores del ecosistema digital realizadas para la cualificación de personas con discapacidad y personas cuidadoras en el manejo y uso de las TIC.	Número de Articulaciones, con diferentes actores del ecosistema digital, realizadas para la cualificación de personas con discapacidad y personas cuidadoras en el manejo y uso de las TIC.
	1.13 Promoción de espacios de	Número de espacios de



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

	conectividad adecuados para el acceso, uso y aprovechamiento de las TIC por parte de las personas con discapacidad, sus familias y personas cuidadoras de personas con discapacidad.	conectividad promocionados para el uso de las TIC por parte de la población con discapacidad, sus familias y personas cuidadoras.
1.	14 Capacitación y acompañamiento para las personas con discapacidad y/o personas cuidadoras de personas con discapacidad en temas de fortalecimiento empresarial y productivo en sus unidades productivas, unidades de negocio y microempresas.	Número de Personas con Discapacidad y/o personas cuidadoras de personas con discapacidad formadas y capacitadas en fortalecimiento empresarial y productivo.

Tabla 7 Acciones Política Pública de Discapacidad

Política Pública de Economía Cultural y Creativa CONPES D.C. 02 de 2019

La Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa (PPDECC) identifica como problemática central el incipiente desarrollo económico y los bajos niveles de sostenibilidad de la economía cultural y creativa en Bogotá. Es por eso que esta política contempla un producto directamente relacionado con los propósitos de la política de comunicación comunitaria, desde el punto de vista de que este sector está inmerso en dinámicas de economía cultural y creativa.

Objetivo	Producto esperado
3. Ampliar mecanismos de apoyo y financiero dirigido a los agentes del sector cultural y creativo	3.1.1. portafolio distrital de estímulos dirigidos a promover las industrias culturales creativas

Tabla 8 Acciones Política Pública de Economía Cultural y Creativa

Política Pública de Mujeres y Equidad de Género CONPES D.C. 14 de 2020

Recientemente fue actualizada la Política pública de Mujeres y Equidad de Género (PPMyEG) CONPES D.C. 14 de 2020, la cual tiene por objetivo reconocer, garantizar y restablecer los derechos de las mujeres en sus diferencias y diversidad que habitan en el Distrito Capital, de manera que se modifiquen de forma progresiva y sostenible, las



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

condiciones injustas y evitables de la discriminación, la desigualdad y la subordinación de género en los ámbitos público y privado. En relación con la comunicación la PPMYEG contempla el desarrollo del derecho a una cultura no sexista, priorizado por las mujeres de la Bogotá urbana y rurales entre los 8 derechos priorizados. Este derecho “promueve además del uso del lenguaje incluyente, la comunicación no sexista que implica generar representaciones, ya sean gráficas, audiovisuales, orales o escritas, que no recurran a estereotipos tradicionales de género ni subordinen o cosifiquen a las mujeres. Los medios de comunicación tienen un papel muy importante, en la medida que los mensajes que transmiten reproducen imaginarios sociales con efectos profundos en las relaciones sociales, en la socialización de los roles de género y en la difusión de representaciones acerca del deber ser de mujeres y hombres. (CONPES D.C 14 de 2020, Pág. 137)”.

Sectores y entidades corresponsables

El Instituto Distrital para la Participación y Acción Comunal- IDPAC será la entidad encargada de coordinar la implementación de la política, a través de la Subdirección de Fortalecimiento a la Organización Social.

Serán responsables y corresponsables la Secretaría General de la Alcaldía Mayor, la Secretaría Distrital de Gobierno, la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, Secretaría de Educación del Distrito, la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, la Secretaría Distrital de Integración Social y las Alcaldías Locales, en coordinación con los sectores y sus respectivas entidades adscritas y vinculadas, quienes además velarán por el cumplimiento, continuidad y control de los lineamientos, estrategias y productos de la política pública.

Seguimiento y evaluación

El seguimiento a la implementación de la política pública se realizará trimestralmente a través del plan de acción, con corte a marzo, junio, septiembre y diciembre de cada año y en atención a lo establecido en la Guía de Seguimiento y Evaluación de Políticas públicas definida por la Secretaría Distrital de Planeación.

La evaluación de la política estará a cargo del Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal- IDPAC, a través de Subdirección de Fortalecimiento a la Organización Social, en coordinación con la Secretaría Distrital de Gobierno y la Secretaría Distrital de Planeación, con el objetivo de mejorar el diseño, la implementación, la ejecución y los efectos de la política y el plan de acción, a través de la toma de decisiones.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Teniendo en cuenta las particularidades de la Política Pública, se tendrá dos momentos de evaluación: i). Una evaluación intermedia o ex dure de productos para lo cual se contará con el avance de los indicadores definidos y las metas establecidas a mitad del periodo de implementación. ii). La segunda evaluación estimada será de resultados, al finalizar el periodo (2034), con base en los indicadores de resultado planteados en la política pública.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Financiamiento

La Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria y alternativa contará con recursos de diferentes fuentes de financiación, entre las que se encuentran recursos propios, recursos de regalías, recursos del Sistema General de Participaciones SGP, recursos de cooperación nacional e internacional, entre otras, así como en la inversión priorizada por las entidades distritales responsables de los productos registrados en el plan de acción.

El instrumento mediante el cual las entidades establecieron la inversión para la implementación de la Política Pública corresponde a la matriz de Plan de Acción anexo 1) la cual hace parte integral del presente decreto.

Tabla de financiamiento (cifras en millones de pesos)

(2023-2034)

<i>Aportes por Entidad a cada Objetivo</i>	<i>Suma de Costo 2023-2026</i>	<i>Suma de Costo 2027-2030</i>	<i>Suma de Costo 2031-2034</i>	<i>Suma de Costo total</i>
<i>Alcaldías Locales</i>	1.053	1.559	-	2.612
<i>1. Fortalecer las capacidades organizativas de los integrantes de los medios comunitarios y alternativos para alcanzar los propósitos de la comunicación comunitaria y alternativa</i>	588	869	-	1.457
<i>3. Incrementar el acceso a recursos logísticos y financieros de los medios comunitarios y alternativos para el ejercicio de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa.</i>	465	690	-	1.155
<i>Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal IDPAC</i>	4.815	5.257	6.118	16.190

72



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

<i>1. Fortalecer las capacidades organizativas de los integrantes de los medios comunitarios y alternativos para alcanzar los propósitos de la comunicación comunitaria y alternativa</i>	1.118	1.199	1.324	3.641
<i>2. Fortalecer el reconocimiento y legitimidad de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa como promotores en el desarrollo social, cultural y político.</i>	1.004	1.145	1.298	3.447
<i>3. Incrementar el acceso a recursos logísticos y financieros de los medios comunitarios y alternativos para el ejercicio de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa.</i>	2.693	2.914	3.495	9.102
Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte	4.607	6.650	7.050	18.307
<i>3. Incrementar el acceso a recursos logísticos y financieros de los medios comunitarios y alternativos para el ejercicio de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa.</i>	4.607	6.650	7.050	18.307
Secretaría General	1	1,2	-	2,4
<i>3. Incrementar el acceso a recursos logísticos y financieros de los medios comunitarios y alternativos para el ejercicio de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa.</i>	1	1,2	-	2,4



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

<i>Total general</i>	10.476	13.467	13.168	37.112
-----------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Tabla 9 Financiación.

Nota: la información desagregada por cada compromiso se encuentra en el Plan de Acción anexo 1 de este documento de política.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Bibliografía

- Abadillo, Á., Mastrini, G., & Marengi, P. (2015). Teoría crítica, izquierda y políticas públicas de comunicación: el caso de América Latina y los gobiernos progresistas. *Comunicación y sociedad*, 95-126.
- Aguiló, A. (2009). Ciudadanizar la ciudadanía: retos y apuntes para la construcción y el ejercicio de ciudadanías de alta intensidad. *Revista Internacional de Filosofía* (9), 13-24. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/233196904/Ciudadanizar-La-Ciudadania>
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (01 de 06 de 2020). Alcaldía Mayor de Bogotá. Obtenido de Plan de desarrollo Distrital de Bogotá: <https://bogota.gov.co/yo-participo/plan-desarrollo-claudia-lopez-2020-2024/>
- Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (2008). Decreto 150 de 2008. Bogotá - Colombia: Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Alcaldía de Bogotá. (13 de 05 de 2018). Régimen legal de Bogotá. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=30544>
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (18 de 06 de 2019). Guía para la formulación e implementación de políticas públicas del Distrito. Obtenido de <http://www.sdp.gov.co/gestion-socioeconomica/politicas-sectoriales/guia-de-politica-publica>
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (20 de 05 de 2008). Decreto 149 de 2008. Obtenido de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=30506>
- Aldana Orozco, Y., & Rodríguez Páez, L. C. (11 de 06 de 2020). Política pública distrital de comunicación comunitaria en Bogotá: herramienta para el fortalecimiento de la ciudadanía y la participación. el caso del medio comunitario Bogotá Social. Obtenido de <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/11120?locale-attribute=es>
- Aldana, Y., Rodríguez, L. C., Rocha, C., & Ortiz, G. (2010). La radio comunitaria en Cundinamarca: una posibilidad para pensar el desarrollo. Bogotá, Colombia: UNIMINUTO.
- Constitución Política de Colombia 1991. (20 de 07 de 1991). Obtenido de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/Constitucion-Politica-Colombia-1991.pdf>
- El Gazi, J. (2010). La radio comunitaria y ciudadana en Colombia. Dos décadas de experiencias y aprendizajes, el diálogo entre demandas ciudadanas y legislación estatal. En Varios, *Políticas y legislación para la radio local en América Latina* (págs. 353-380). La Paz-Bolivia: Plural editores.
- Foucault, M. (2007). *Historia de la sexualidad. 1. La voluntad de saber*. México: Siglo XXI.
- Gumucio, A. (2010). Identidad, políticas y legislación de las radios locales y comunitarias. En Varios, *Políticas y legislación para la radio en América Latina* (págs. 225-242). Bolivia: Plural.
- Gumucio, A. (2010). Introducción. En Varios, *Políticas y legislación para la radio comunitaria en América Latina* (pág. 31). La Paz - Bolivia: Plural Editores.
- Hernández Sampieri, R. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mcgraw-Hill.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

- Jankowski, N. (2002). Community Media in the Information Age: perspectives and prospects. New Jersey, EE. UU.: Hampton Press.
- Kaplún, G (2007). La comunicación comunitaria en América Latina. 05_Anuario de Medios
- Krohling Peruzzo, C. (2011). El lugar de la comunicación comunitaria en las políticas de comunicación en Brasil. En Varios, Trazos de una otra comunicación en América Latina (págs. 123-141). Barranquilla - Colombia: Universidad del Norte.
- Labio-Bernal, A., Fernández Alonso, I., Díaz-González, M. J., Guimerà i Orts, J. À., & Reguero Jiménez, N. (2011). Políticas de comunicación y medios comunitarios en Europa. Análisis de la situación en Reino Unido, Francia y Países Bajos. Derecho a comunicar, 1, 52-79.
- Macbride, S. (1980). Un sólo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo. México: Fondo de cultura económica, Unesco.
- Magarola, O. (2014). Una aproximación al campo de la comunicación comunitaria. Un apunte de cátedra. Obtenido de TAO Comunicación Comunitaria: <https://drive.google.com/file/d/0B71Kwq9xclW-UkdTREhueVpGUUk/view>
- Martín Barbero, J. (1991). TEORÍA INVESTIGACIÓN PRODUCCIÓN EN LA ENSEÑANZA DE LA COMUNICACIÓN. Obtenido de Insumisos.com: <https://www.insumisos.com/lecturasinsumisas/Teoria%20de%20la%20comunicacion%20de%20Martin%20Barbero.pdf>
- Mastrini, G. (29 de agosto de 2014). Semana Internacional de la Comunicación - UNIMINUTO. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=q25S-fHhKuM>
- Mesa de trabajo de la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria. (28 de 12 de 2020).
- OBSERVACOM (2017). Libertad a medias. La regulación de los medios comunitarios en América Latina y su compatibilidad con los estándares interamericanos de libertad de expresión. Informe medios comunitarios y libertad de expresión 2017. Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia. Consultado en: <https://www.observacom.org/wp-content/uploads/2017/08/Libertad-a-Medias-Informe-2017-Medios-comunitarios-y-libertad-de-expresion-OBSERVACOM.pdf>
- Reglamento Interno Mesa de trabajo de la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria. Bogotá.



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C**

Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C)

Anexos

Plan de acción.