



Antioquia Comunicación Ciudadana y Diálogo Intercultural

Plan Departamental de **Comunicación** Ciudadana y Comunitaria 2014-2020 Antioquia Diversas Voces











Antioquia Comunicación
Ciudadana y Diálogo Intercultural
**Plan Departamental
de Comunicación
Ciudadana y Comunitaria**
2014-2020
Antioquia Diversas Voces

© Gobernación de Antioquia

© Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia

Derechos reservados

ISBN: 978-958-57923-9-5

Editora: Marta Alicia Pérez Gómez

Corrección de textos: Marta Alicia Pérez Gómez, Óscar Castro García, Eunice Díaz González, María Carolina Morales de la Roche

Diseño y diagramación: Gustavo Adolfo Álvarez Jiménez, Luis Santiago Vélez Mesa, Daniel Alexander Holguín Medina, María Isabel López Martínez y Esteban Restrepo Rincoar

Fotografías: Sergio González Álvarez, Yojan Valencia Giraldo, Sara Jurado Hernández, Daniel Bustamante Pérez y Juan Esteban Jiménez Cardona

Impresión y terminación: Editorial Mundo Libro

Primera edición: abril de 2014

Tiraje: 1000 ejemplares

Impreso y hecho en Medellín, Colombia - Printed and made in Medellín, Colombia

Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia

Palacio de la Cultura Rafael Uribe Uribe

Carrera 51 No. 52-03

Correo electrónico: diversasvoces@culturantioquia.gov.co

Medellín, Colombia

Para la elaboración de este Plan se consultaron fuentes oficiales y no oficiales, y se contó con la participación ciudadana en las nueve regiones del departamento de Antioquia. Los textos de esta obra pueden reproducirse en todo o en parte, siempre que se cite la fuente.

302.23

Gobernación de Antioquia. Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia
Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria 2014–2020: Antioquia Diversas Voces / Gobernación de Antioquia. Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia / Universidad de Antioquia.
Medellín: Gobernación de Antioquia. Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, 2014
75 p. : il., fotografías + 1 CD ROM (Planes Sectoriales de Cultura Diversas Voces, 6)
ISBN: 978-958-57923-9-5

PLANES DE DESARROLLO CULTURAL - ANTIOQUIA 2014-2020
PLAN DEPARTAMENTAL DE COMUNICACIÓN CIUDADANA Y COMUNITARIA - ANTIOQUIA
PLANIFICACIÓN CULTURAL - ANTIOQUIA
MEDIOS DE COMUNICACIÓN - ANTIOQUIA
ANTIOQUIA - CULTURA

Biblioteca Departamental Carlos Castro Saavedra 38854

En alianza con



“Antioquia la más educada”

Sergio Fajardo Valderrama
Gobernador de Antioquia 2012-2015

Juan Carlos Sánchez Restrepo
Director del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia

Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia

Grupo Estratégico

Adriana Milena Zafra Kiasúa
Subdirectora de Planeación

Ángela María Fernández Gutiérrez
Subdirectora de Patrimonio y Fomento Artístico y Cultural

Jairo Alonso Escobar Velásquez
Subdirector administrativo y financiero

Grupo Impulsor

Leonardo Montoya Peláez
Profesional universitario Sistema Departamental de Cultura

Fabián de Jesús Fernández Arroyave
Ingeniero desarrollador del Sistema de Información de la Cultura y el Patrimonio de Antioquia

Gabriel Hernández Valencia
Profesional universitario Gestión del Conocimiento

Gustavo Adolfo Álvarez Jiménez
Publicista

John Fredy Orozco Areiza
Gestor logístico

María Adelaida Galindo Restrepo
Abogada

Maribel Sandoval Hernández
Líder de Gestión Humana y Desarrollo Organizacional

Paula Andrea Toro Tirado
Comunicadora

Silvia Ofelia Rincón Galviz
Líder de Proyectos

Asesores Territoriales

Adriana Elena Jaramillo Uribe

Gloria Gil Alzate

Gonzalo de Jesús Giraldo Restrepo

Henry Alberto García Castrillón

Juan Carlos Vargas Castaño

Martha María Moreno Duque

Sara María Escobar Rojas

Ximena María Urrea Jiménez

Equipo Técnico de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios

Fabio Alberto Gallego Aristizábal
Comunicador del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia

Paula Andrea Toro Tirado
Comunicadora del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia

Jonatan Alejandro Cuadros Rodríguez
Comunicador del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia

Asesores Externos Consultados

Alexander Otálvaro Villada
Periodista y productor, Emisora Cultural Universidad de Antioquia

Azael Carvajal Martínez, periodista
Abogado y doctor en Ciencias de la Información

Juan Camilo Cardona Osorio
Coordinador Red Antioquia, Gobernación de Antioquia

Clara Patricia Pérez Acosta
Profesional de programación, Teleantioquia

Jaime Arturo López Castro
Docente Facultad de Comunicaciones Universidad de Antioquia

Juan Guillermo Cano Vargas
Representante legal de Asoredes, Asociación de Redes de Comunicación Comunitaria de Antioquia

Paulo Ochoa Restrepo, director estratégico
Etnológica

Consejo Departamental de Cultura

Juan Manuel Múnera Vásquez
Presidente del Consejo Departamental de Cultura, representante de los Consejos Municipales de Cultura del Valle de Aburrá

Marcial Emilio Moreno Borja
Vicepresidente, representante de las Comunidades u Organizaciones Afrodescendientes

Juan Carlos Sánchez Restrepo
Director del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia

Leonardo Montoya Peláez
Secretario técnico

Elkin Andrés Romero
Representante del Consejo Departamental de Danza

Francisco Luis Montoya Gómez
Representante de los Consejos Municipales de Cultura de Urabá

Fredy Monsalve Ceballos
Representante de los Consejos Municipales de Cultura del Nordeste

Giomar Alberniz Franco
Representante del Consejo Departamental de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios

Jaime Andrés Guerrero Naudín
Representante del Consejo Departamental de Cinematografía

Jaiver Jurado Giraldo
Representante de ONG culturales

Janeth Patricia Botero Álvarez
Representante de Organizaciones con enfoque cultural y de personas en situación de discapacidad

John Fredy Cano Cardona
Representante de la Red Departamental de Bibliotecas Públicas

José Eduardo Ruiz Posada
Representante de los Consejos Municipales de Cultura del Suroeste

Juan Carlos Céspedes López
Representante de la Mesa Cultural de Educación Superior

Juan de la Cruz Metaute Molina
Representante de los Consejos Municipales de Cultura del Occidente

Juan Gabriel Rivera Arango
Representante del Consejo Departamental de Música

Manuel Esteban Matos de la Rosa
Representante del Consejo Departamental de Teatro

Miguel Ángel Ríos Restrepo
Representante del Consejo Departamental de Literatura.

Omar David Ríos Castañeda
Representante de los Consejos Municipales de Cultura del Oriente

Paula Andrea Tascón Niaza
Representante de los Consejos de los Territorios Indígenas

Roberto Hoyos Ruiz
Representante del Sector Producción de Bienes y Servicios

Sergio Alberto Montoya
Representante de las casas de la cultura

Uriel Mauricio Ríos Arango
Representante del Consejo Departamental de Artes Visuales.

Consejo Departamental de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios

Camilo Galeano Restrepo
Presidente, representante del Oriente

Claudia Liliana Orrego Gil
Vicepresidente, representante del Nordeste

Fabio Gallego Aristizábal
Delegado del director del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia

Alexánder Callejas Zapata
Representante del Magdalena Medio

Andrea Marín Gómez
Representante del Valle de Aburrá

Éder de Jesús Narváez Sierra
Representante del Bajo Cauca

Giomar Alberniz Franco
Representante del Occidente

Héctor Alonso Restrepo Rendón
Representante del Suroeste

Manuel Alexander Ortega Orrego
Representante del Norte

Julián Vélez Granda
Experto

Comité Técnico Universidad de Antioquia

Planes Sectoriales Departamentales de Artes Visuales, Cinematografía, Danza, Literatura, Comunicación Ciudadana y Comunitaria, Música y Teatro

María Adelaida Jaramillo González
Coordinadora general

Javier Darío Jaramillo Alzate
Coordinador académico

Juan Fernando Sierra Vásquez
Asesor para los Planes Sectoriales Departamentales de Danza y Teatro

Jairo Adolfo Castrillón Roldán
Asesor para los Planes Departamentales de Comunicación Ciudadana y Comunitaria y Plan Departamental de Fomento Audiovisual y Cinematografía

Marta Milena Ochoa Galeano
Asesora para los Planes Sectoriales Departamentales de Música y Artes Visuales

Maryori Martínez Villa
Asesora para el Plan Sectorial Departamental de Literatura

Diana Marcela Sossa Hernández
Asistente académica
Ledys Vanessa Garcés Velasco
Apoyo académico en los Encuentros Regionales

Agradecimientos

A las diversas voces de los antioqueños, organizaciones y entidades culturales que le apuestan día a día a la participación, a la innovación y a la cultura, para escribir la página de la inteligencia.

A los alcaldes, directores de cultura, consejeros departamentales de las artes y la cultura, dinamizadores y medios de comunicación por su compromiso en la movilización ciudadana "Antioquia, Diversas Voces".

A la Universidad de Antioquia y a Comfenalco Antioquia por su liderazgo como aliados estratégicos en el desarrollo académico y metodológico de esta construcción participativa, en diálogo con las comunidades.

Al equipo humano del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, a las Subdirecciones de Planeación, Patrimonio y Fomento Artístico y Cultural, Adminis-

trativa y Financiera, y a la Unidad de Comunicaciones, por su profesionalismo y compromiso con el fomento del diálogo, el reconocimiento y la visibilización de la diversidad cultural.

Al Gobernador de Antioquia y al Consejo Directivo del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia por impulsar la democracia, la legalidad y la cultura como motor de la transformación de "Antioquia, la más educada".

A las sedes de los Encuentros Regionales en los municipios:

Ciudadela Educativa Mario Aramburo Restrepo, Andes
Comfenalco Antioquia, sede Santa Fe de Antioquia
Universidad de Antioquia, seccionales Cauca y Turbo
Casa de la Cultura José Duque Gómez, Marinilla
Teatro Municipal Simona Duque, Marinilla
Ciudadela Educativa Horizontes, Yarumal
Institución Educativa Efe Gómez, Vegachí
Ciudadela Educativa América, Puerto Berrío
Casa de la Cultura La Barquereña, Sabaneta

CONTENIDO

Prólogo	11
Introducción	13
1 Antecedentes	23
1.1 Precisión del tema	23
1.2 Los conceptos implicados	23
1.2.1 Lo comunitario	25
1.2.2 Lo ciudadano	25
1.2.3 ¿Qué define y caracteriza a los medios y a la comunicación ciudadana y comunitaria?	26
1.3 Antecedentes históricos	27
1.4 Tendencias	28
1.5 Legislación colombiana sobre medios de comunicación ciudadanos y comunitarios	29
1.6 Relación con el Plan Departamental de Cultura de Antioquia. <i>Antioquia en sus Diversas Voces 2006-2020</i>	30
1.7 Relación con la política nacional de comunicación y cultura	31
2 Situación de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios en Antioquia	33
2.1 Balance del sector	35
2.1.1 Fortalezas	35
2.1.2 Debilidades	35
2.1.3 Oportunidades	35
2.1.4 Amenazas	36
2.2 Situación del sector en las regiones de Antioquia	36
3 Planteamiento estratégico	41
3.1 Principios	41
3.2 Retos	42
3.3 Objetivos	43
3.3.1 Objetivo general	43
3.3.2 Objetivos específicos	43

3.4 Propuesta estratégica	44
3.4.1 Líneas estratégicas	44
3.5 Matriz de planificación estratégica	48
4 Sostenibilidad	61
4.1 De la planificación a la ejecución	62
4.2 Apropiación social	64
4.3 Actores involucrados en el desarrollo del sector	64
4.4 Mecanismos y fuentes de financiación	66
4.5 Recomendaciones específicas	66
Bibliografía	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Medios locales en Antioquia	34
Tabla 2. Situación del sector en las regiones de Antioquia	38
Tabla 3. Matriz de planificación	50

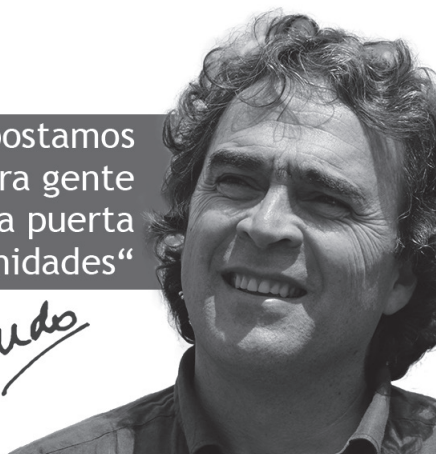
ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Alcance de la formulación de los planes sectoriales de las artes y la cultura	15
Gráfica 2. Participantes por regiones.....	18
Gráfica 3. Participantes por sexo	19
Gráfica 4. Participantes por ocupación	20
Gráfica 5. Participantes por sector	21
Gráfica 6. Documentos presentados en la consulta virtual, por sector	22
Gráfica 7. Número de interacciones en la consulta virtual, por regiones	22
Gráfica 8. Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del sector en Antioquia	37
Gráfica 9. Matriz de planificación	50

“En Antioquia le apostamos
al talento de nuestra gente
para abrir la puerta
de las oportunidades”



Fajardo





PRÓLOGO

La Antioquia del siglo XXI debe ser el lugar donde todas las personas tengan un espacio digno para su desarrollo, el disfrute de sus derechos y el ejercicio ciudadano, asuntos que, hoy más que nunca, están determinados por la educación y la cultura como ejes de la transformación social y humana.

Sin duda, la cultura, la educación, el emprendimiento, la innovación, la ciencia y la tecnología son las claves que nos ayudarán a pasar la página de la violencia y la desigualdad para construir la página de la inteligencia, haciendo que brote lo mejor de cada una de las personas de este territorio. La desigualdad, las violencias, la ilegalidad, la corrupción y la crisis ambiental están entre los principales problemas que nos afectan de manera particular a los antioqueños, y constituyen, a la vez, los retos por los que nos levantamos cada día para construir una región renovada y más proyectada al mundo.

Una nueva Antioquia no será posible si no hay un desarrollo que parta de las potencialidades, fortalezas y riquezas propias de las regiones en lo

económico, en lo político, en lo ambiental y, muy especialmente en lo social y en lo cultural. Antioquia es un departamento con una gran diversidad, lo cual a su vez se constituye en el mayor factor de diferenciación y en fuente inspiradora de nuevos proyectos para el desarrollo pertinente en cada una de sus regiones y localidades.

La cultura y sus agentes, de la mano de la educación, son la plataforma necesaria para el diálogo entre lo tradicional, lo moderno y lo contemporáneo. Desde los saberes ancestrales, en convergencia con la ciencia y la tecnología, Antioquia La más educada se convierte en un territorio innovador que enfrenta sus dificultades por medio de proyectos concebidos y desarrollados con el potencial que cada región tiene, y la cultura actúa como bisagra para que estas iniciativas y encuentros sean posibles.

Los diferentes sectores que hacen parte del maravilloso y multifacético mundo de la cultura en Antioquia, han sido protagonistas de experiencias exitosas e innovadoras que han mostrado su fuerza e importancia para el desarrollo cultural del departamento. La promoción de estas experiencias, su consolidación y la socialización de sus aportes y resultados, merecen ser apropiadas y reconocidas para fortalecer estos sectores como gestores de conocimiento y transformación social; y de esta manera, conectar las iniciativas comunitarias que suman esperanza y confianza para que dicha transformación sea una realidad vivida.

Los planes constituyen también la posibilidad de articular acciones en los diversos territorios del


departamento para construir nuevos lazos culturales desde la ruralidad en diálogo con lo urbano, de manera que los ciudadanos que habitan los territorios con menos oportunidades, encuentren nuevos espacios para hacer realidad su proyecto de vida cultural.

Los Planes Sectoriales de Cultura, acciones concretas de ejecución del *Plan Departamental de Cultura Antioquia en sus Diversas Voces 2006-2020*, son poderosas herramientas para generar condiciones y capacidades favorables al desarrollo de un sector cultural dinámico, innovador, comprometido con el presente y el futuro de un departamento más próspero, equitativo y pacífico, que reconoce su diversidad y multiculturalidad desde la diversidad estética, así como desde la inclusión y el respeto por las diferencias de edad, color, etnia, creencias, situación de discapacidad, diversidad sexual y de género, situación de desplazamiento, migración o diáspora, y capacidades diversas, entre otros aspectos que hacen parte de nuestro ser como colectivo, como territorio, desde una perspectiva socio-espacial y cultural.

El teatro, la danza, la música, las artes visuales, la literatura, la creación audiovisual y cinematográfica, la comunicación ciudadana y comunitaria, la lectura y las bibliotecas, sectores vitales del desarrollo cultural regional, son la plataforma para hacer realidad este paso de página en nuestro departamento.

Juan Carlos Sánchez Restrepo
Director
Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia



 Formulación de los planes sectoriales de las artes y la cultura. Equipo impulsor del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, 2013

La cultura como motor del desarrollo

Las artes han ganado un espacio muy importante en la formación de ciudadanos, la construcción de ciudadanía cultural, la convivencia social y el desarrollo educativo y social de los pueblos. Es así como la ejecución de los proyectos artísticos y culturales les ha adjudicado un gran valor socio-político, en la medida que permiten desarrollar núcleos de transformación del tejido social, y de formación y desarrollo de competencias para la interacción ciudadana.

Mucho se ha escrito sobre el papel de la cultura en la conformación de las identidades de los pueblos, y sobre la importancia que poco a poco han ido cobrando los proyectos culturales en el desarrollo de las ciudades, las regiones y los países. Actualmente, a pesar de la persistencia de algunos en considerar la cultura como un costo más que una inversión, las artes no solo se han convertido en uno de los grandes pilares del movimiento económico de los países, insertándose en las lógicas comerciales (Rey, 2004, p. 95), sino que los procesos artísticos y culturales se han consolidado como un camino hacia la sensibilización de la población, especialmente de los niños y los jóvenes, y a la consecuente formación de ciudadanos con mayores aptitudes para la vida en comunidad; o, dicho en otros términos, dotados de competencias ciudadanas.

El propósito de los planes sectoriales de música, danza, teatro, literatura, artes visuales, creación audiovisual y cinematografía, comunicación ciudadana y comunitaria, y lectura y bibliotecas es permitir, además del desarrollo de la sensibilidad y la formación del gusto estético, que la comunidad se apropie de valores y competencias que faciliten, desde lo individual y lo colectivo, la cohesión social, la construcción permanente de las identidades, la representación de las localidades en diálogo con lo global, y el enriquecimiento del sentido de lo público, teniendo en cuenta la diversidad cultural del departamento de Antioquia y las realidades

INTRODUCCIÓN



 Fiesta de la Cultura de Antioquia, 2013

específicas de cada una de sus regiones, aprovechando la riqueza en tradición y memoria que poseen los diversos grupos de la población.

Los Planes Sectoriales de Cultura, una confluencia de factores afortunados

Los Planes Sectoriales de Cultura nacen de la confluencia de factores afortunados para las artes y la cultura en Antioquia: el Sistema Departamental de Cultura, el *Plan Departamental de Cultura 2006-2020 Antioquia en sus Diversas Voces*, la movilización ciudadana *Antioquia, Diversas Voces*, y la alianza entre el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, la Universidad de Antioquia y Comfenalco-Antioquia.

El Sistema Departamental de Cultura se traduce en el conjunto de organismos, entidades, instituciones y procesos que, articulados al Sistema Nacional de Cultura, propenden por el fomento del reconocimiento de las culturas regionales y locales, y el diálogo de regiones y entre regiones, lo que facilita la participación de nuevos actores, escenarios, estructuras y centralidades culturales en el departamento. Involucra, como sujetos culturales, a representantes del sector público, la sociedad civil y el sector privado, y los hace responsables del desarrollo integral de las políticas departamentales de cultura, regidas por los principios constitucionales de participación, complementariedad, concurrencia, autonomía, descentralización y subsidiaridad.

De acuerdo con el *Plan de Cultura Antioquia en sus Diversas Voces 2006-2020*, el Sistema Departamental está conformado por el Consejo Departamental de Política Social, los Consejos Territoriales de Planeación, el Sistema Departamental de Formación Artística y Cultural, el Observatorio Departamental de Cultura, el Sistema de Información Cultural y de Gestión del Conocimiento, el Consejo Departamental de Cultura, y los Consejos Municipales de Cultura, estos últimos promovidos por equipos del Instituto de Cultura y Patrimonio de la Gobernación de Antioquia, quienes asesoran la formulación de políticas y planes culturales municipales y

acompañan sus procesos de ejecución para garantizar su puesta en práctica. Están integrados por representantes sectoriales e institucionales, y de las diversas disciplinas: artes visuales, cinematografía, danza, lectura y bibliotecas, literatura, medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, música y teatro.

Adicionalmente, entre sus componentes destacados están las Casas de la Cultura o Direcciones Locales de Cultura, el Instituto de Cultura y Patrimonio y otras dependencias de la administración departamental, además de organizaciones, redes culturales y veedurías ciudadanas y organismos de cooperación nacional e internacional. Cuenta con fondos de financiamiento de carácter público y privado, y con entidades públicas, privadas o de la sociedad civil que desarrollan, financian, fomentan o ejecutan procesos o actividades culturales.

En articulación con el Plan Departamental de Desarrollo, el Plan Departamental de Cultura establece como mecanismos de promoción de las artes y la cultura: *la sostenibilidad, la memoria y creación, el diálogo cultural y la participación ciudadana*, y los define como campos claves de acción para la gestión de los procesos culturales en el departamento.

El Consejo Departamental de Cultura y los Consejos de Área han contribuido sin duda al avance de las artes y la cultura en la historia reciente del departamento de Antioquia. Con su conformación se da el paso inicial para la construcción de sujetos colectivos con funciones de planeación, gestión, seguimiento y evaluación de políticas culturales, planes de desarrollo, fortalecimiento institucional y de procesos culturales, vigilancia del gasto público, representación e incidencia en instancias relacionadas con el desarrollo de las artes, asuntos que deben ser plasmados en agendas o planes estratégicos de las artes y la cultura y en su propio reglamento.

En esta perspectiva se configura la alianza entre el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, la Universidad de Antioquia y Comfenalco-Antioquia, con el propósito de dotar al movimiento cultural de una agenda propia para el desarrollo de las artes y la cultura en las regiones y el departamento; alianza que ofrece igualmente bagaje, trayectoria e idoneidad para la formulación participativa de los planes sec-

toriales. El Instituto de Cultura aporta todo su conocimiento, cercanía, información acumulada y capacidad de relación con los actores culturales en el departamento; la Universidad de Antioquia se responsabiliza de la formulación de los planes de teatro, danza, música, artes visuales, creación audiovisual, literatura, cinematografía y medios ciudadanos y comunitarios; y Comfenalco-Antioquia, se hace cargo de la formulación del Plan de Lectura y Bibliotecas, antes que además aportan su capacidad institucional y la experiencia en el diseño de políticas culturales y la planificación participativa, entre otros.

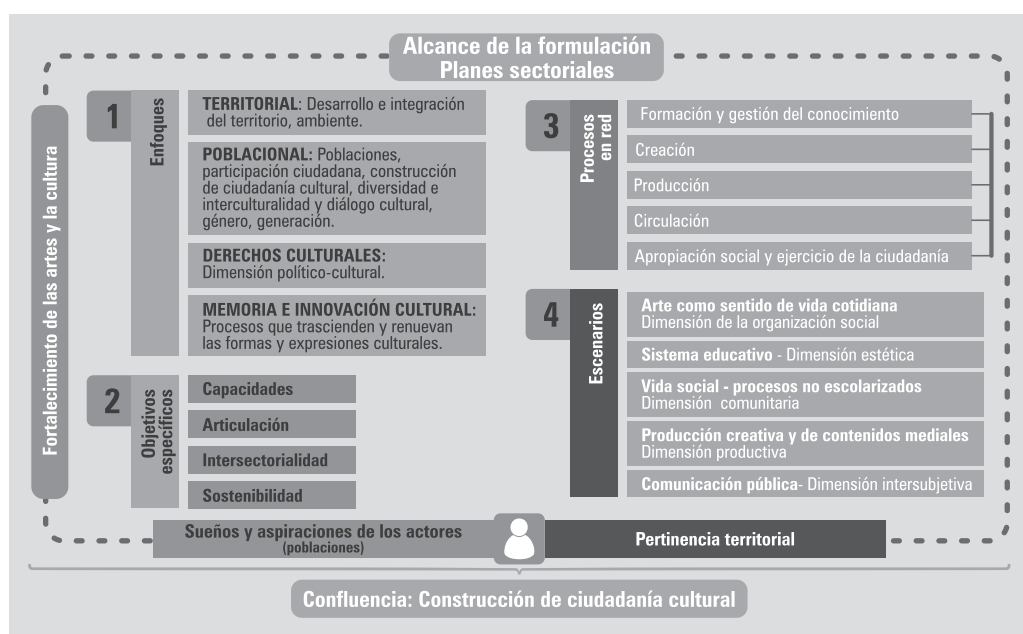
En el marco de la alianza, se estableció la Mesa Interinstitucional para la Formulación Participativa de los Planes Sectoriales de Cultura, a partir de acuerdos sobre la base de un trabajo articulado para avanzar de manera coherente en todas las etapas del proceso, a saber: el desempeño de un rol de acompañamiento a los actores culturales para la definición de su propio destino; el reconocimiento de la memoria de los procesos para construir, a partir de ellos, la planeación

orientada a aprendizajes e impactos; la contribución a los cambios en la cultura política; y el reconocimiento de las tensiones que acompañan la planeación participativa en el ámbito cultural.

Alcances, propósitos, precauciones y ruta de la formulación participativa de los Planes Sectoriales Departamentales de Cultura

Las entidades acompañantes en la formulación de los Planes Sectoriales de Cultura establecieron alcances, objetivos, precauciones y una ruta de planificación. En lo relativo al alcance, se optó por una planeación estratégica con enfoque territorial, poblacional, de derechos culturales, así como de memoria e innovación cultural.

Gráfica 1. Alcance de la formulación de los Planes Sectoriales de las Artes y la Cultura



Fuente: gráfica elaborada para los planes sectoriales de las artes y la cultura. Universidad de Antioquia, 2013

En lo concerniente al propósito, se fijó la atención en el desarrollo de capacidades, articulación, intersectorialidad y sostenibilidad de las propuestas. Una idea fundamental fue pensar en las artes y sus procesos y considerar la estrecha relación entre la formación y la gestión del conocimiento, su creación, producción, circulación y apropiación social y el ejercicio de la ciudadanía en sus diversos escenarios: la vida cotidiana, el sistema educativo, los ámbitos comunitario, productivo y de la comunicación pública. Todo ello con el interés de allegar nuevas lecturas, entendimientos y propuestas estratégicas que recogieran y potenciaran los sueños y aspiraciones de los creadores, gestores, actores, servidores públicos, entidades e instituciones comprometidas con las artes y la cultura, con el fin de contribuir a la construcción del sentido de cada sector, a partir de la comprensión de que la llamada cadena de valor no se reduce a una simple relación entre creadores, productores y públicos, sino que se constituye en un entramado de procesos que se superponen y se modifican unos a otros de manera permanente, permeados por las comunicaciones y las tecnologías en el mundo global.

Para su formulación se tomaron las precauciones necesarias con respecto a su justificación, criterios de partida, marco legal, hitos relevantes en la trayectoria de las artes y la cultura en Colombia y en Antioquia, y el reconocimiento de las tensiones propias de la planeación participativa.

Los Planes Sectoriales se inscriben en el horizonte político-cultural del gran acuerdo logrado y plasmado en el *Plan Departamental de Cultura 2006-2020 Antioquia en sus Diversas Voces*, que orienta acciones de fortalecimiento de los sectores de manera articulada, mediante la construcción de un acuerdo entre los ciudadanos y el Estado, y entre estos y las organizaciones sociales, las empresas privadas, y los demás sectores sociales; contribuye a la articulación de lo cultural al desarrollo del territorio; fortalece la pertinencia y el impacto cultural de la gestión público-privada y solidaria de los procesos culturales; afirma la importancia de los procesos más allá de las acciones puntuales, y contribuye a la generación de capacidades

plenas de los actores culturales de Antioquia para liderar, gestionar y concretar la ejecución de los programas culturales que apuntalen el fortalecimiento de cada uno de los sectores.

Como criterios de partida se consideró un enfoque territorial con énfasis regional, un enfoque poblacional con énfasis en diversidad, interculturalidad y ciudadanía cultural, basándose en una perspectiva integradora, articuladora y concurrente entre el Estado, el mercado y la sociedad, con una escala temporal entre 2014-2020. Se buscó que las acciones no fueran numerosas pero sí de gran impacto, y que tuvieran en cuenta actores, contextos, sectores y alianzas.

La formulación de los Planes Sectoriales de las Artes y la Cultura es congruente con el marco constitucional y el acervo legal con que cuentan la República de Colombia y el Consejo Nacional de Política Económica y Social-Conpes-, entre otros; y reconoce hitos relevantes en la trayectoria cultural de la región como los procesos de formación en las artes, que empezaron a consolidar un escenario cultural importante desde los años setenta, y el desarrollo de la institucionalidad cultural y artística y de las organizaciones socio-culturales en los años ochenta; también reconoce a grandes creadores que contribuyeron a generar una rica dinámica cultural en el territorio.

Además consultó y se apoyó en la formulación de las *Bases para el Plan de Cultura de Antioquia 1985-1990*; la expedición de la Ley General de Cultura y creación del Ministerio de Cultura en 1997; la planificación cultural municipal, la existencia de veinte planes formulados en Antioquia en el año 2000; el *Plan Nacional de Cultura 2001-2010: Hacia una ciudadanía democrática cultural*; el *Plan Nacional de Música para la Convivencia, 2003*; la *Consulta Ciudadana: Antioquia oye nuestras voces 2005-2006*; el *Plan Departamental de Cultura: Antioquia en sus Diversas Voces 2006-2020*; las cartillas sobre el *Plan de Cultura Antioquia en sus Diversas Voces*, orientadas a los sectores de la gestión cultural y los medios de comunicación en 2009; el *Compendio de Políticas Culturales* (Ministerio de Cultura, 2010); la formulación

de los planes sectoriales nacionales en artes, danza, teatro, entre otros, entre 2006 y 2013; el ejercicio de revisión del *Plan Nacional de Cultura* propiciado por el Ministerio de Cultura; la formulación del *Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011-2020*; las mesas para la consolidación de la articulación del Sistema Nacional de Cultura que se llevaron a cabo en 2012, así como los seminarios adelantados en el marco del programa *Antioquia Diversas Voces*, durante 2012 y 2013.

La formulación de los planes reconoce y gestiona las tensiones propias de la planeación participativa, entre ellas, la diversidad de roles e intereses del Estado, la sociedad y los sectores; de los ámbitos locales, regionales, nacionales y globales; de los objetivos, estrategias y acciones particulares; y entre la ciudadanía, la economía y la productividad. Propone como referente de negociación y resolución de conflictos los principios que hacen parte integral de esta formulación, y como referente de planificación, la reflexión sobre eventuales complementariedades entre las diversas artes, para efectos de integralidad, articulación e intersectorialidad, en una perspectiva de condiciones y capacidades culturales y desarrollo territorial.


Ruta del proceso de formulación de los planes sectoriales

El proceso se adelantó en seis fases: diseño previo y conformación del equipo de formulación; revisión documental y elaboración de un texto preliminar para la discusión social; consultas (algunas presenciales, otras virtuales) al Consejo Departamental de Cultura, a los Consejos Departamentales de Áreas, a expertos, creadores, gestores, actores, servidores públicos, entidades e instituciones, en cada una de las nueve regiones del departamento: Bajo Cauca, Magdalena Medio, Nordeste, Norte, Occidente, Oriente, Suroeste, Urabá y Valle de Aburrá.

Las consultas presenciales se hicieron a partir de una amplia convocatoria, circunscrita a posibilidades y criterios que propiciaran un diálogo fecundo. Se convocaron personas representativas e informadas provenientes de diferentes etnias, opciones sexuales, en situación de discapacidad y miembros de organizaciones locales, dispuestas a brindar sus conocimientos y saberes.

Se hicieron encuentros, talleres y mesas de trabajo por áreas sobre la situación de las artes y la cultura en el territorio, con ejercicios proyectivos a 2020 sobre recomendaciones estratégicas e indicadores de fortalecimiento de las artes y la cultura en la región. Fue así como la formulación de los Planes Sectoriales de las Artes y la Cultura en Antioquia tuvo una importante y significativa participación de consejeros, creadores, gestores, actores y servidores públicos en las diversas regiones del departamento.



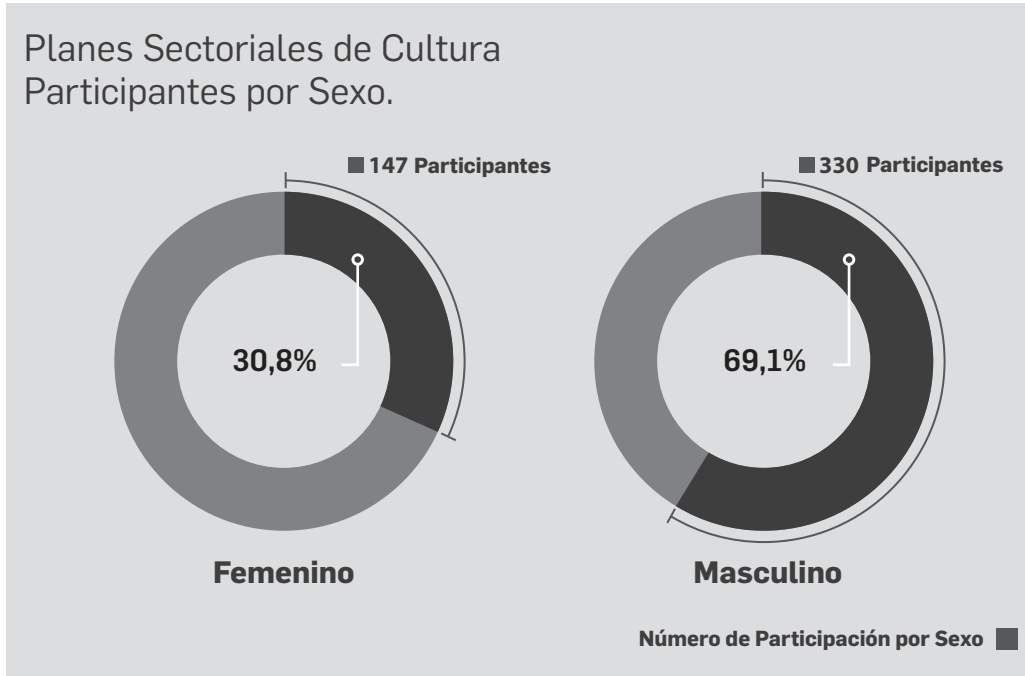
 Movilización ciudadana Antioquia Diversas Voces, 2013

Gráfica 2. Participantes por regiones



Fuente: gráfica elaborada para los planes sectoriales de las artes y la cultura, 2013

Gráfica 3. Participantes por sexo

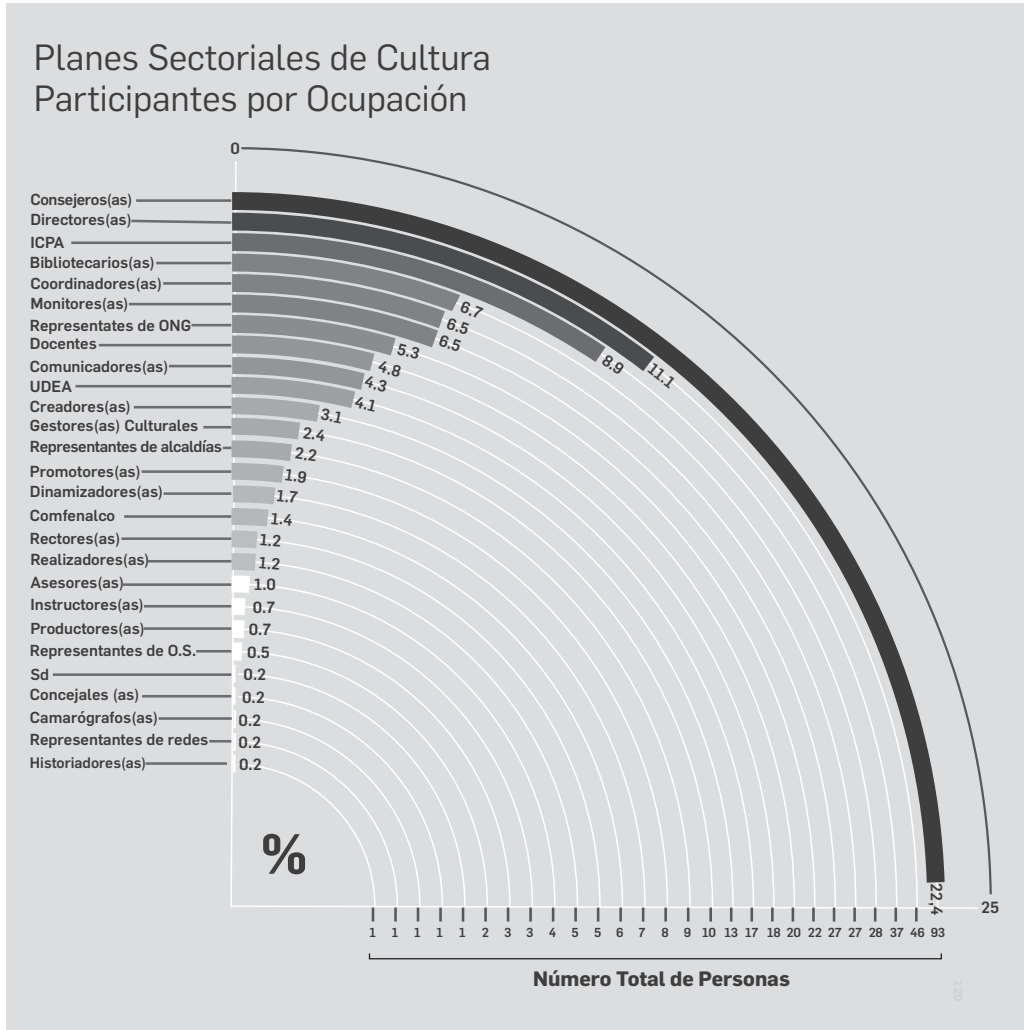


Fuente: gráfica elaborada para los planes sectoriales de las artes y la cultura, 2013



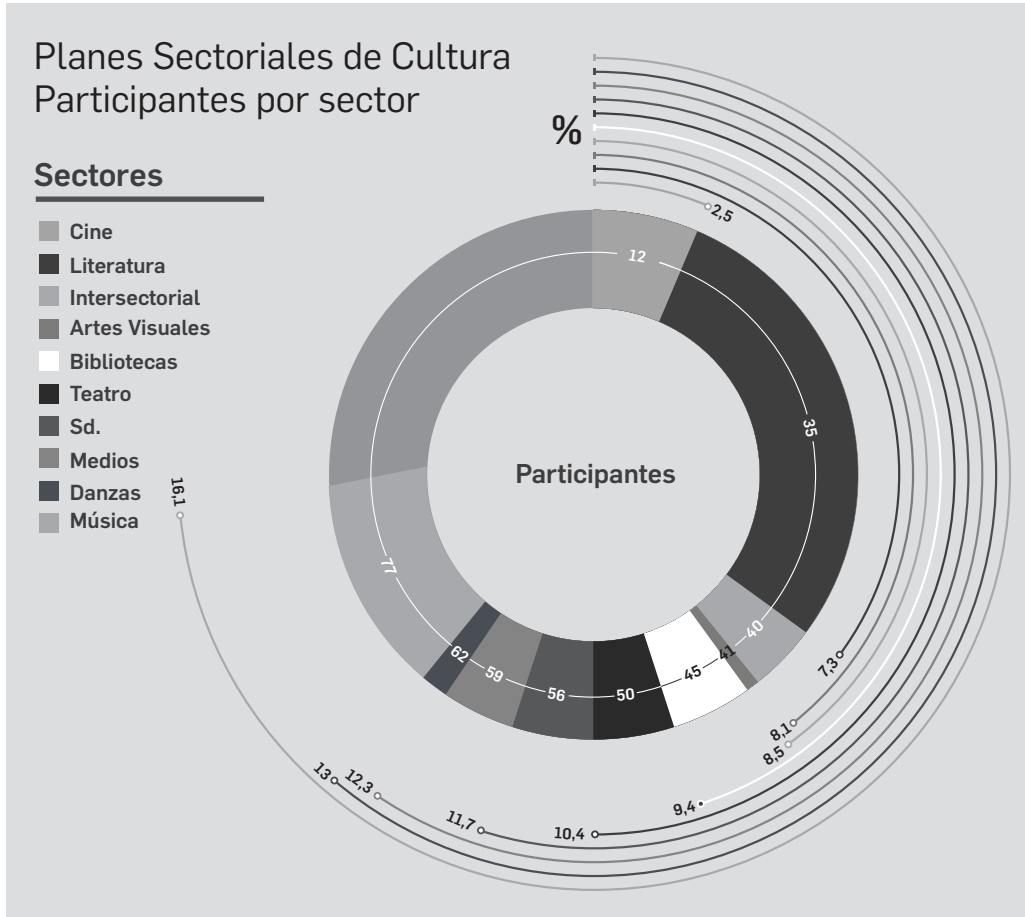
Movilización ciudadana Antioquia Diversas Voces, 2013

Gráfica 4. Participantes por ocupación



Fuente: gráfica elaborada para los planes sectoriales de las artes y la cultura, 2013

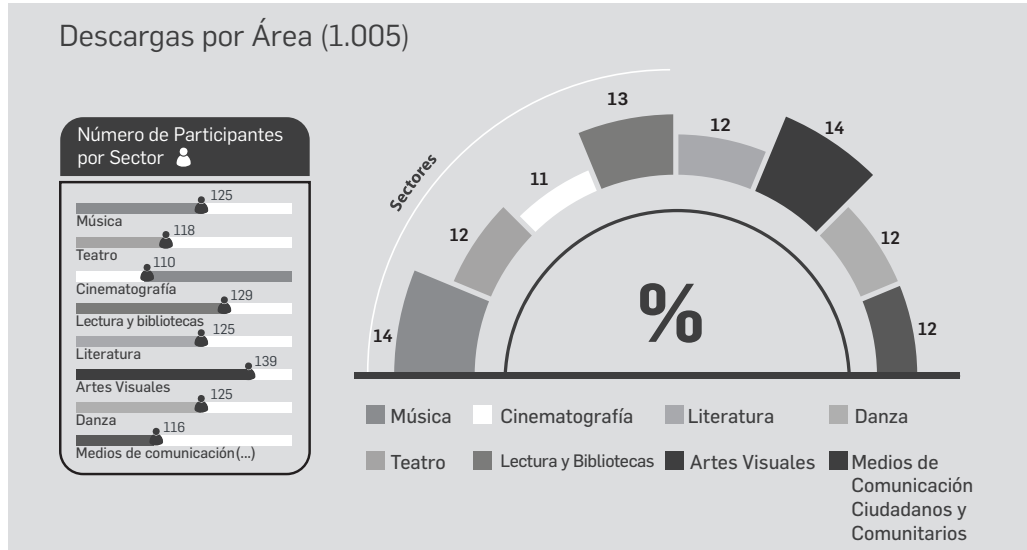
Gráfica 5. Participantes por sector



Fuente: gráfica elaborada para los planes sectoriales de las artes y la cultura, 2013

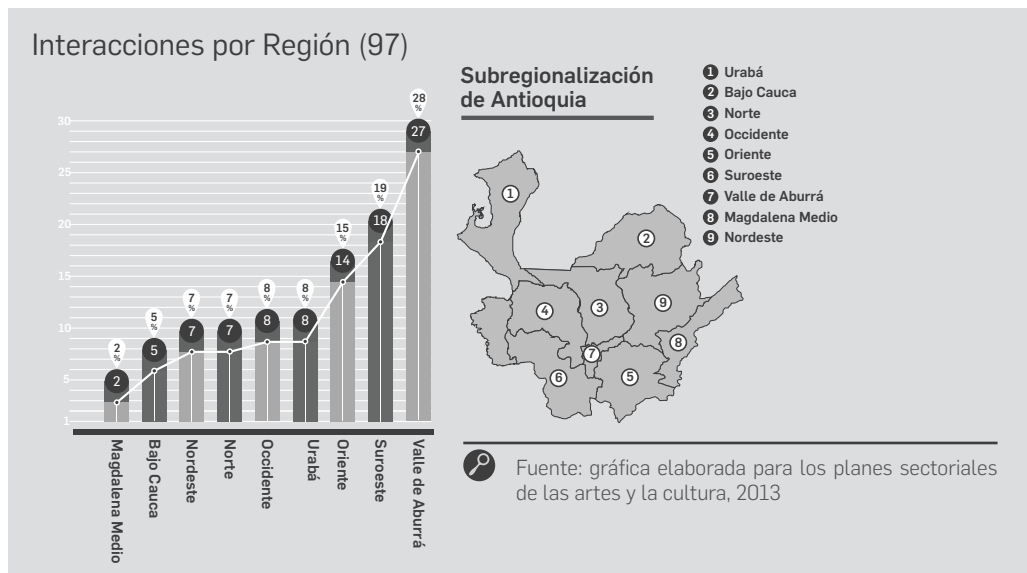
En esencia, la formulación y gestión de los Planes Sectoriales en las regiones de Antioquia tiene como finalidad la construcción o cualificación de sujetos colectivos capaces y organizados, interlocutores legítimos de la agenda de desarrollo de las artes y la cultura contenida en ellos.

Gráfica 6. Documentos presentados en la consulta virtual, por sector



Fuente: gráfica elaborada para los planes sectoriales de las artes y la cultura, 2013

Gráfica 7. Número de interacciones en la consulta virtual, por regiones



Fuente: gráfica elaborada para los planes sectoriales de las artes y la cultura, 2013

El papel de los medios de comunicación, más allá de informar, es afirmarse como hecho cultural y como aliados de la creación cultural, de la recreación de las memorias y del fortalecimiento del sector cultural. El sentido de la comunicación debe trascender las formas instrumentales a las que se la asocia –como medio de información y de divulgación de hechos y acontecimientos–, para radicarse en su función como mediadora cultural para la construcción de ciudadanía. (Plan Departamental de Cultura de Antioquia. p.33).

1 ANTECEDENTES



 Fiesta de la Cultura de Antioquia, 2013

1.1 Precisión del tema

El objeto del Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria son los procesos comunicativos generados a través de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios al interior de las poblaciones del departamento de Antioquia, por iniciativa de comunicadores aficionados o profesionales independientes, en formatos de prensa convencionales (periódicos, revistas o boletines con circulación periódica), emisoras radiales y canales de televisión con domicilio local; medios virtuales responsables de contenidos de ubicación local (formatos escritos tipo blogs, o emisoras y televisión virtual). Se consideran además otros medios de comunicación no convencionales realizados con temas locales: murales, carteleras, megáfonos, medios escolares y otros que tengan periodicidad y permanencia local.

1.2 Los conceptos implicados

Son varios los conceptos involucrados en el ejercicio de la comunicación ciudadana y comunitaria, todos ellos de gran complejidad y trascendencia: comunicación, comunidad, ciudadanía, territorio, mensaje, medios, entre otros.

Como no se trata de resolver discusión alguna sobre el particular, este documento esboza elementos básicos sobre algunos de tales concep-

tos, con el fin de que sirvan de insumo para la comprensión de los planteamientos estratégicos del presente Plan.

La comunicación es el acto humano por excelencia, a través del cual se crea, recrea y transmite la cultura, ya que ésta es esencialmente social. Como acto, la comunicación va mucho más allá de la transmisión de información y de los datos que contiene. Comunicar es “poner en común” una idea, un acontecimiento, un sentimiento, incluso un objeto. Para comunicar se exige, en primera instancia, una intencionalidad comunicativa.

La comunicación implica una empatía (capacidad de ponernos en el lugar del otro), diálogo, horizontalidad en la relación, mutualidad. Una comunicación así permite la presencia de re-editores, de ciudadanos comunes que saben interpretar la información, transformarla (reeditarla) y hacerla útil a su realidad. Éstos a su vez, como sujetos activos de la comunicación, son legitimadores de la información al interior de su comunidad.

Así, el concepto de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, no se refiere solamente a los medios en sí, como objetos físicos, sino a todo lo que estos fenómenos implican en su contexto real: medios, emisores, receptores, contenidos o mensajes (diversos y subjetivos), además de unos lenguajes, condiciones contextuales, realidades locales con problemas y potencialidades, y comunidades, de manera que lo más importante de los medios es lo que Jürgen Habermas llamó la *acción comunicativa*, (1987). El objeto de este Plan son entonces los procesos comunicativos con toda la complejidad que ello implica.

Más allá de los medios transmisores de mensajes y promotores de contenidos, interesan los medios como herramientas generadoras de sentido; formadores, transformadores y deformadores de imaginarios individuales y colectivos. Como dice el Plan Departamental de Cultura, *Antioquia en sus Diversas Voces*, los medios son “aliados de la creación cultural, de la recreación de las memorias...” y la comunicación, “mediadora cultural para la construcción de ciudadanía”, (Gobernación de Antioquia, 2006). En palabras del profesor Jesús Martín-Barbero, se trata de

pasar de los medios a las mediaciones (Martín-Barbero, 2000).

En la Política Nacional de Comunicación y Cultura del Ministerio de Cultura, se expresa: “Entendemos la comunicación como el proceso de producción, circulación y puesta en juego de sentidos[...]” Esto quiere decir que nunca se comunica solo un mensaje. Siempre el contenido de la comunicación es de sentidos, porque el mensaje va acompañado del contexto en el cual es interpretado y reeditado. Este contexto es la cultura”. (Ministerio de Cultura, 2009. p.465).

La comunicación puede ser entendida como un derecho (contemplado en la Constitución Política Colombiana de 1991), como un negocio o como un servicio. En todo caso, la comunicación es un factor clave en la construcción de la democracia, ya que el ideal político democrático no puede estructurarse sobre la presencia de unos pocos medios en manos de conglomerados económicos.

Una verdadera democracia es aquella en la que existen muchos medios en poder de las comunidades, de las organizaciones sociales, políticas, comunitarias y comunales de barrios, corregimientos y veredas; en las parroquias y comunidades religiosas, en manos de los grupos creativos de artistas o de pedagogos, de comunidades indígenas y afro, casas de la cultura, bibliotecas, entidades educativas, cooperativas, asociaciones de defensa de derechos de poblaciones priorizadas (desplazados, discapacitados, LGTBI, mujeres, jóvenes), en fin, en posesión de la ciudadanía o sociedad civil.

Según su propietario y sus objetivos, los medios se pueden clasificar en comerciales, institucionales, de interés público y de comunicación ciudadana y comunitaria. Estos últimos se definen como medios en manos de organizaciones de la comunidad, que la misma construye, dirige y llena de contenido, sin ánimo de lucro; su servicio público se orienta a la ayuda, la educación, la información e incluyen la voz de la diversidad. Están comprometidos con la gente, el territorio, la historia y la cultura local.



🔍 Formulación de los planes sectoriales de las artes y la cultura, Urabá, 2013

1.2.1 Lo comunitario

El concepto comunidad también tiene unas connotaciones específicas. No todo grupo humano es una comunidad. La palabra comunidad deviene de las palabras común y unidad, y tiene relación de sentido con las palabras comunión y comunicación. Es decir, una comunidad no es un grupo de pobladores yuxtapuestos sino que exige una interrelación e interacción en dependencia y ayuda mutua: se trata de una unidad común. Es solamente desde esta relación de interdependencia que se puede hablar de sujetos y de comunidad. Vivir en comunidad implica que todos sean responsables de todos, trabajar por relaciones de convivencia, ayuda mutua y solidaridad vecinal.

Lo comunitario entonces es aquello que hace referencia a la comunidad, a un modo de vivir y de ser en sociedad. La acción comunitaria está orientada a que las relaciones de comunidad, cordiales, afectivas y solidarias, sean posibles y reales en la sociedad. Se puede afirmar entonces que "una entidad comunitaria (formalizada o no), es un grupo de personas que, formando parte de una comunidad, se une y organiza para trabajar por el bien común de sus integrantes. Igualmente es una entidad que trabaja para crear o fortalecer lazos que integren en una unidad común a los pobladores de un territorio determinado" (Castrillón, 2013, p. 110). El motor de la acción comunitaria es la participación.

El carácter comunitario inscribe necesariamente los procesos comunicativos en un marco de comunicación para el desarrollo, que reconoce el carácter y la función social de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios.

1.2.2 Lo ciudadano

El concepto de medios ciudadanos fue acuñado por la teórica colombiana Clemencia Rodríguez (Profesora del Departamento de Comunicación de la Universidad de Oklahoma, Estados Unidos), para nombrar los procesos mediáticos desencadenantes de cambios so-

ciales. El término “medios ciudadanos”, evita la comparación subordinada con otros medios para concentrarse más bien “en los procesos culturales y sociales que se desencadenan cuando las comunidades locales se apropian de las tecnologías de información y comunicación” (Rodríguez, 2009, p.13).

El concepto clave es entonces, el de ciudadanía relacionada con la aparición de nuevos movimientos sociales entre los que se destacan el feminista, el ecologista, las reivindicaciones culturales, de preferencias sexuales y las visibilizaciones étnicas, entre otros. Aquello que Martín Barbero define como “subjetividades empoderadas, con voz propia”.

En síntesis, lo ciudadano es un reconocimiento del carácter y la función política de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios.

1.2.3 ¿Qué define y caracteriza a los medios y a la comunicación ciudadana y comunitaria?

En los años ochenta se dieron, a nivel mundial, movimientos académicos que buscaban comprender las relaciones de poder en los medios de comunicación en general. Uno de los textos claves fue la investigación impulsada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco): el Informe McBride, conocido también como “Un solo mundo, voces múltiples”, que alertó a la sociedad, al develar las dinámicas del poder global en el mundo de las comunicaciones y del cual se propone el concepto del NOMIC (Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación), cuyo objetivo es el desarrollo de un nuevo equilibrio mundial en el ámbito de la información y de la comunicación.

Clemencia Rodríguez afirma:

Los medios ciudadanos son emisoras, televisiones comunitarias, iniciativas de internet, todos aquellos medios que abren espacios de comunicación donde hombres, mujeres, niñas y niños aprenden a manipular sus propios lenguajes, códigos, signos y

símbolos, y adquieren poder para nombrar el mundo en sus propios términos. Los medios ciudadanos activan procesos a través de los cuales individuos y comunidades re-codifican tanto sus contextos como su propia identidad. En últimas, estos procesos mediáticos brindan a los ciudadanos la oportunidad de transformar sus identidades en subjetividades empoderadas, fuertemente ancladas en sus culturas locales e impulsadas por utopías bien definidas. Los medios ciudadanos son los medios que usan los ciudadanos para activar procesos de comunicación que contribuyen a moldear sus comunidades locales (Rodríguez, 2009, p.13).

En los encuentros de construcción del Plan con líderes de las regiones, se preguntó sobre qué elementos deben caracterizar a un medio de comunicación ciudadano y comunitario. A continuación se presenta una síntesis de los conceptos más frecuentes:

- a. En principio, un medio de comunicación ciudadano y comunitario se caracteriza por ser una entidad creada por agentes independientes del sector gubernamental y del privado, que no actúa de vocero de una institución determinada. Su origen es entonces el tercer sector, representado por las comunidades organizadas con comunicadores aficionados o profesionales.
- b. Un medio de comunicación ciudadano y comunitario es una entidad de carácter local, en propiedad de alguna organización comunitaria, cuya misión es generar y divulgar contenidos bajo el criterio de servicio público, coherentes con el contexto, pertinentes y útiles a la comunidad, que contribuyen con su acción comunicativa a la cohesión social y al fortalecimiento del tejido social.
- c. Su acción es sin ánimo de lucro. Por lo tanto, en él caben también los contenidos de quienes no tienen capacidad de pago.
- d. Los medios de comunicación ciudadanos son fundamentales en la construcción de una democracia verdadera, porque permiten la desconcentración de la información, construyen opinión local, educan y forman en ciudadanía, y estimulan, además, la organización y la participación ciudadana y comunitaria.

- e. Los medios comunitarios tienen un compromiso expreso con las comunidades en la protección de sus derechos, la solución de sus problemas, la satisfacción de sus necesidades y el desarrollo de sus potencialidades.
- f. Los contenidos de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios deben ser constructivos y pedagógicos. Han de contribuir al fortalecimiento de la cultura local. Reivindican sus patrimonios culturales y naturales, su memoria, su historia, construyendo de esta manera identidad y sentido de pertenencia local y regional.
- g. A diferencia de los medios masivos, los medios comunitarios informan sobre actividades locales de manera fácil y rápida, y tienen en cuenta los contextos rurales. Permiten que las personas se vean de manera cotidiana a sí mismas y a su vecindario, desde sus propias vivencias y sus propias formas de narrarse.
- h. A diferencia de los medios comerciales, en donde el tiempo tiene un alto costo, en los medios comunitarios la información se hace sin limitaciones de pauta ni afanes, preservando la integridad de la misma.
- i. En un medio de comunicación ciudadano y comunitario, los equipos y su infraestructura están puestos a disposición de los pobladores y las comunidades.

En síntesis, es deseable un ejercicio comunicativo en favor de todos, que apueste a la construcción de comunidad (pobladores que interactúan alrededor de necesidades, problemas y potencialidades comunes; con sentido de identidad y pertenencia; comprometidos con su territorio y su historia común), en la perspectiva del fortalecimiento del tejido social de los municipios y las regiones, con la capacidad de recuperar y difundir el patrimonio cultural local y regional.

1.3 Antecedentes históricos

Sueño con que haya medios más comunitarios, que busquen y logren la democratización de

la palabra. Que sean participativos, de puertas abiertas. Que no tengan burocracia para acceder a ellos. Que sean hechos más de amor que de beneficio propio. Que los guíe la vocación y no la ambición. El querer vivir para eso y no de eso. Medios que deben llegar a la calle, ser de la calle, transmitir desde la calles antes que de la cabina. Que trabajen por la inclusión. Medios que promueven a los que nadie visibiliza. (Reflexión de Eder Narváez, consejero departamental de comunicación, región Bajo Cauca)

Es necesario advertir que la historia de los medios y los procesos comunicativos ciudadanos y comunitarios en Antioquia, es bastante rica y su documentación constituye un reto investigativo de corto plazo. Lo que aquí se presenta es un breve recorrido con fines de contextualización.

Parte de la complejidad de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios en que si bien todos se aglutinan bajo el mismo concepto de comunicación ciudadana y comunitaria, son varios los medios a través de los cuales se da la acción comunicativa con diversos lenguajes y formas, naturaleza, orígenes y desarrollos históricos.

Los primeros vestigios de escritura en la historia se remontan a hace 5000 años en la antigua Sumeria. Este invento de la escritura experimentó una revolución trascendental en 1456 cuando Johannes Gutenberg inventó la imprenta de tipo móvil, dando paso a la circulación masiva de textos escritos. La imprenta llegó a nuestro país de la mano del periodista Manuel del Socorro Rodríguez permitiendo desde entonces la proliferación de grandes medios impresos y pequeños periódicos y boletines en los municipios, que se convertirían en plataforma de importantes escritores y literatos.

Heriberto Zapata Cuéncar en su libro *Antioquia, Periódicos de Provincia*, (1981), menciona cómo fueron fundadas en varios municipios antioqueños publicaciones periódicas de índole literaria, cívica o política, generalmente de corta existencia, pero algunas de periodicidad sostenida en semanarios y quincenarios. Para corroborarlo investiga y presenta una gran cantidad de nombres de periódicos y boletines impresos de manera



 Movilización ciudadana *Antioquia Diversas Voces*, 2013

regular en muchos de los municipios antioqueños, a lo largo de todo el siglo XX. Se destacan el periódico “La Antorcha”, publicado en Zaragoza desde julio de 1862, durante un año, y el periódico “La Acción”, que vio la luz en Sonsón el 27 de abril de 1918.

La radio, fue a su vez inventada en 1895 por el italiano Guillermo Marconi. Por su inmediatez y capacidad de difusión, pronto se convirtió en un medio fundamental para la guerra y la paz. Llegó a Colombia en 1920 y rápidamente se esparció por las grandes ciudades. En 1947 se creó en Boyacá la Radio Sutatenza, paradigma de la emisión comunitaria en el mundo. Bajo este ejemplo surgieron diversas emisoras en el país adscritas a redes latinoamericanas, pero fue hasta la promulgación de la Constitución de 1991 cuando se dio una explosión de emisoras locales a lo largo de todo el departamento, muchas de éstas bajo el ideario comunitario de ayuda mutua y solidaridad.

La primera transmisión al aire de televisión fue en 1927, en la BBC de Londres, luego de varios años

de disputa entre dos sistemas inventados: el mecánico y el electrónico. En muy poco tiempo se esparció por el mundo experimentando avances tecnológicos tan radicales como la producción en color, la transmisión vía satélite y la televisión digital. La televisión local en el planeta apareció tras la confluencia del sistema de transmisión por cable y la emisión satelital a antenas instaladas en tierra. En Colombia se sumaron a estos factores el nuevo régimen municipal, la circulación de nuevos capitales, la aparición de la televisión pública departamental (Teleantioquia y otros canales en diversas regiones) y las posibilidades abiertas por la Constitución Política de 1991, para dar paso a la multiplicación de canales locales, muchos de ellos construidos desde la perspectiva comunitaria.

1.4 Tendencias

La tendencia de mayor impacto en el sector es sin duda la tecnología digital, que permite el manejo infinito de información y su globalización a muy bajos costos. La nueva tecnología mejoró la imagen y sonido con repercusiones en

la configuración cultural a partir del uso de internet y la convergencia de la telefonía celular con video, lo que dio lugar al incremento vertiginoso de canales para la transmisión de contenidos. La frontera entre productor y consumidor se diluye cada vez más. La convergencia mediática incide en la desmaterialización de la realidad. Cada vez más la realidad análoga es transportada a su paralelo virtual (la nube). La realidad local está abierta a la mirada global.

Una de las consecuencias de la Televisión Digital Terrestre –TDT– y la convergencia mediática, fue el reordenamiento del espectro que tuvo como resultado la liberación del espectro electromagnético por lo que hubo espacio disponible para la creación de muchos nuevos canales de televisión y radio, y con éstos, obviamente, variados contenidos. No obstante, muchos canales, no significan mejores contenidos.

De estos hechos se desprende un gran desafío cultural: ¿Cómo, de receptores de información, las personas nos convertimos en productores de contenidos y en creadores culturales desde las nuevas tecnologías y las nuevas lógicas de la comunicación?

Hoy más que nunca, en la historia del país y del mundo, es imprescindible la creatividad ya que la nueva economía se fundamenta en ella. ¿Cómo aprovechar las nuevas posibilidades tecnológicas?, ¿Cómo crearlas, apropiarnos y transformarlas?, ¿Cómo generar nuevas interacciones con los ciudadanos-espectadores?, ¿Cómo organizar la industria sin renunciar a las identidades y a los propios relatos?, ¿Cómo convertir la información en conocimiento, y ojalá, en sabiduría útil para el buen vivir de los colombianos?

1.5 Legislación colombiana sobre medios de comunicación ciudadanos y comunitarios

La norma más importante que rige en Colombia las comunicaciones es la Ley 1341 de

2009 o Ley de las TIC (que derogó la Ley 74 de 1966), la cual define los "principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–". Esta Ley da origen al Ministerio de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones–MINTIC–, crea la Agencia Nacional del Espectro, define el uso del espectro radioeléctrico y da origen a la Comisión de Regulación de las Comunicaciones.

En relación con la transmisiones de radio, la Resolución 415 de 2010, que expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora, define a la radiodifusión sonora como un servicio público, orientado a satisfacer las necesidades de educación, formación y entretenimiento y que como tal, está a cargo del Estado que la ofrece mediante gestión directa (emisoras oficiales) y gestión indirecta por concesiones a particulares "mediante licencia o contratos, previa la realización de un procedimiento de selección objetiva". Para esto usa el espectro radioeléctrico en F.M. (Frecuencia Modulada) y en A.M. (Amplitud Modulada), o los nuevos canales que ofrecen las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación). Como opción nueva está la radiodifusión digital (terrestre o por satélite).

El primer antecedente de la legislación radial es la Ley 74 de 1966 que establece que los servicios de radiodifusión estarán orientados a "difundir la cultura y afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana" y el Decreto 1900 de 1990 que define una ética de los medios a favor de la democracia y los Derechos Humanos. Otras normas relacionadas con la radiodifusión son los Decretos 1445, 1446 y 1447 de 1995; este último da carácter legal a las emisoras. El Decreto 348 de 1997 autoriza a las Fuerzas Armadas a tener medios radiales y el Decreto 1021 de 1999, define los métodos de financiación para la radio comunitaria y de interés público. Mediante el Decreto 1981 de 2003, se hizo la primera reglamentación de la radio comunitaria (Vélez y Polanco, 2004). Recientemente, el Decreto 195 de 2005 (relacionado con la obligación que tienen todas las emisoras de presentar la declaración de conformidad), y el Documento Conpes 3506 de

2008 (del Consejo Nacional de Política Económica y Social, del Departamento Nacional de Planeación), establecen los *Lineamientos de Política para el Fortalecimiento del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora*.

En relación con la televisión, la norma de mayor importancia es la Ley 1507 de 2012 “Por la cual se restablece la distribución de competencias entre las entidades del Estado en materia de televisión y se dictan otras disposiciones”, dando origen a la Autoridad Nacional de Televisión — ANTV— y al Fondo para el Desarrollo de la Televisión y los Contenidos como una cuenta especial a cargo de la ANTV.

En el ámbito comunitario se destaca la Resolución ANTV 433 de 2013 “Por la cual se reglamenta parcialmente el servicio de televisión comunitaria cerrada sin ánimo de lucro”, norma que establece condiciones y límites a los canales comunitarios, la cual ha generado una gran polémica en el sector comunitario que siente lesionados sus intereses¹.

Otras normas relacionadas con los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios son:

- a. Decreto 1900 de 1991 del Ministerio de Comunicaciones, en donde se establece la recepción de señales con fines comunitarios.
- b. Ley 182 de 1995, conocida como el Estatuto de la Televisión, con la que se exige la licitación para el servicio.
- c. Ley 335 de 1996, que modifica parcialmente a la 182 de 1995, que define la condición “sin ánimo de lucro” de la televisión comunitaria.
- d. Acuerdo 06 de 1996 el que establece los requisitos para distribuir señales incidentales.
- e. Acuerdo 014 de 1997, que reglamenta la televisión por suscripción.
- f. Acuerdo 024 de 1997, que define la diferencia entre la televisión comunitaria y la tele-

visión local.

- g. Acuerdo 029 de 1997, por el cual se reglamenta la Ley 335 de 1996.
- h. Acuerdo 006 de 1999, expedido por la CNTV, por el que se reglamenta la presencia de los operadores de televisión.
- i. Resolución 0912 de 2000, del Ministerio de Cultura que declara a los “Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios como expresión cultural de la nacionalidad colombiana”.
- j. Resolución 0986 de 2000, del Ministerio de Cultura, que oficializó la creación del Consejo de Área de los Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios asignando a la Dirección de Comunicaciones la responsabilidad de su convocatoria.
- k. Ley 680 de 2001 que modifica la Ley 335 de 1996, y define la inversión extranjera en la televisión colombiana.
- l. Decreto 2618 de 2012, por el cual se modifica la estructura del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

1.6 Relación con el Plan Departamental de Cultura de Antioquia. Antioquia en sus Diversas Voces 2006-2020

La comunicación es un tema bastante recurrente en el Plan Departamental de Cultura de Antioquia, ya que, tal como se expresa en la página 49, dentro del Sistema Departamental de Cultura se considera la comunicación y la información como ejes fundamentales en la construcción de una sociedad que garantice los

¹ Para la negociación de la derogatoria de esta Ley ante la ANTV, se ha creado, por parte de las entidades comunitarias, el Consejo Nacional de Televisión Comunitaria.

derechos culturales.

En primer lugar, el Plan define la conformación del Consejo Municipal de Cultura con un representante de las agremiaciones y asociaciones de los comunicadores. (p.45).

El Plan Departamental de Cultura de Antioquia le dedica al tema comunicativo el principio 8: "Integración de la comunicación y de la cultura como factores de cohesión social para la construcción de ciudadanía". Y el principio 9: "Afirmación del diálogo intercultural como fundamento de la construcción de las localidades, la región y el sentido de pertenencia". Le otorga un papel fundamental a la comunicación.

Tiene tres políticas (1, 19 y 20), cuatro estrategias (2, 28, 30 y 31) y siete líneas programáticas (5, 56, 57, 58, 59, 61 y 62), que giran alrededor de temas como la generación de redes (desde el reconocimiento de la diversidad cultural y ambiental), el fortalecimiento de los procesos de comunicación locales y regionales con carácter formativo, que permitan además la divulgación de dinámicas culturales, con inserción en el sistema educativo, el favorecimiento de diálogos interculturales (al interior del país y con el resto del mundo), el compromiso de los medios con la protección y difusión del patrimonio cultural y natural de las localidades y las regiones y la valoración de la diversidad cultural.

Otros elementos generales que aparecen en el Plan Departamental de Cultura de Antioquia en el que los Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios deben participar son:

- a. Los Fondos para el financiamiento cultural.
- b. El Sistema Departamental de Formación Artística y Cultural –SIFA–.
- c. El Sistema Departamental de Información Cultural –SICA–.
- d. El Observatorio Departamental de Cultura.
- e. La creación de organizaciones y redes culturales.

(Plan Departamental de Cultura de Antioquia. *Antioquia Diversas Voces*. p.p. 46 y 47).

1.7 Relación con la política nacional de comunicación y cultura

En términos estrictos, la política nacional de comunicación no tiene en cuenta a los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios; no obstante, recoge elementos muy importantes.

En la perspectiva del incremento de los avances tecnológicos, el aumento de canales de comunicación y el incremento exponencial de contenidos, surge una preocupación por la calidad y procedencia de éstos, razón por la cual la política nacional de comunicación reconoce que "es obligación del Estado promover la existencia de contenidos comunicativos propios de los colombianos que recreen nuestra cultura, expresen la diversidad del país y representen a las diversas comunidades de sentido". De donde se infiere la necesidad de apoyar los procesos de producción de contenidos y a los productores mismos en los ámbitos locales.

El Estado asume la responsabilidad de apoyar los medios de comunicación en la perspectiva de abrir caminos para "fortalecer el sentido de lo público, construir el país desde la diversidad, reconocer y valorar el patrimonio, estimular la expresión artística, formar para la contemplación y la sensibilidad estética, fortalecer procesos de inclusión y convivencia y favorecer la construcción de sentidos de interés público". (Ministerio de Cultura, 2010. p.467).



2 SITUACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CIUDADANOS Y COMUNITARIOS EN ANTIOQUIA



Fiesta de la Cultura de Antioquia, 2013

En 2013 la Gerencia de Comunicaciones de la Gobernación de Antioquia, en el marco del programa Red Antioquia, realizó de manera participativa en cada una de las regiones del departamento, el *Diagnóstico de la situación en comunicaciones de los municipios de Antioquia*, como estrategia para la definición de un plan de acciones orientadas a la formación, gestión e intercambio de información entre los municipios y la consolidación de una red departamental de medios y personas comprometidas con la comunicación ciudadana y comunitaria, incluidos semilleros, iniciativas y colectivos de comunicación, con el fin de potenciar las capacidades de las personas y entidades y llevar a cabo acciones conjuntas.

El diagnóstico se llevó a cabo en 2013, en los 125 municipios del departamento, involucrando 1422 personas pertenecientes a clubes digitales, entornos protectores, hogares juveniles campesinos, gestores comunitarios, actores de medios locales y comunitarios, gobiernos escolares y semilleros o colectivos de comunicación.

Según su dictamen, Red Antioquia logró identificar 290 medios locales de comunicación², distribuidos en todas las regiones de la siguiente manera:

² Cabe advertir que en este diagnóstico no están incluidos todos los medios existentes en las regiones y que algunos de los registrados no cumplen con las condiciones que definen un medio comunitario, razón por la cual se prefiere la denominación "medios locales".

Tabla 1. Medios locales en Antioquia

Región	Cantidad de municipios	Total de medios por región	Televisión	Radio	Impreso	Digital
Bajo Cauca	6	14	3	7	3	1
Magdalena Medio	6	11	4	5	2	0
Nordeste	10	25	9	12	3	1
Norte	17	32	10	16	5	1
Occidente	19	30	11	15	3	1
Oriente	23	72	18	26	20	8
Suroeste	23	55	15	22	12	6
Urabá	11	30	7	16	4	3
Valle de Aburrá	9 (sin Medellín)	21	4	2	7	8
Total	124 municipios	290 medios	81 canales	121 emisoras	59 medios impresos	29 medios digitales

 Fuente: tabla elaborada para los planes sectoriales de las artes y la cultura, 2013

Del estudio de Red Antioquia se deduce que la mayor cantidad de medios están constituidos por las emisoras de radio y en menor proporción, por los medios digitales. La región con mayor cantidad de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios es el Oriente con 72, seguida por el Suroeste con 55. Las regiones con menor número de medios son: el Bajo Cauca, 14, y el Magdalena Medio, 11. No obstante, hay que considerar también que son éstas las regiones con menor cantidad de municipios.

Se indagó por el tiempo de existencia de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios de Antioquia y se encontró que el 29% lleva entre 11 y 20 años de funcionamiento, lo que refleja un buen ni-

vel de sostenibilidad. El segundo rango está en los medios entre 0 y 5 años con un 28%, lo que puede interpretarse como un importante surgimiento de nuevos medios en los últimos años. En tercer lugar, están los medios entre 6 y 10 años con 16%. Esto significa que priman los medios entre 0 y 20 años, sumando un 73% de todos.

Entre 21 y 30 años de existencia hay un 7% de los medios; entre 31 y 40 años un 3% y de más de 41 años, otro 3%. De un 14% no se conocen datos.

Cabe advertir que su permanencia, en general, ha sido intermitente por las dificultades de sostenibilidad económica y los complejos requerimientos legales.

2.1 Balance del sector

A continuación se recoge la situación del sector interpretada a partir de encuentros y conversaciones con líderes culturales de las regiones de Antioquia, con los consejeros de áreas, expertos y por indagación de fuentes documentales, la consulta virtual y las mesas regionales.

2.1.1 Fortalezas

- a. Existencia de medios y líderes comprometidos; grosso modo, en cada uno de los municipios del departamento existen líderes culturales (hombres y mujeres) que, de manera independiente, se reivindican como comunicadores y asumen de manera comprometida la creación y sostenimiento de algún medio de comunicación que, sumados, representan una cifra oficial de 290 medios, entre medios escritos (periódicos, revistas y otros formatos), radiales, televisivos, virtuales y de otros tipos.
- b. Utilidad y aceptación de los medios. Los medios de comunicación ciudadana y comunitaria son necesarios y pertinentes en las localidades y regiones. En términos generales, la población los respeta, les creen y los prefieren por su cercanía y por la posibilidad de diálogo con sus responsables lo que representa un gran potencial en la circulación de contenidos. Con frecuencia las comunidades generan alrededor de los medios, grupos de apoyo tales como semilleros, colectivos, talleres y otros formatos de participación.
- c. Existencia de redes. Existen importantes redes de medios en varias regiones que vienen potenciando la formación, la creación, la producción, la circulación y la sostenibilidad de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios.

2.1.2 Debilidades

- a. Poca formación de los comunicadores. Los responsables de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios son en ge-

neral empíricos, carecen de formación técnica (en el ejercicio del oficio comunicativo), tecnológica (manejo de las herramientas y los medios), ético-humanística (en la responsabilidad humana de sus contenidos) y administrativa (cómo manejar la entidad, garantizar su sostenibilidad y conocer la legislación aplicable).

- b. Poca articulación entre medios. Entre los distintos medios y sus líderes, no hay estrategias de articulación, aislamiento que impide su fortalecimiento gremial (para el reclamo de políticas favorables) y la circulación de saberes, experiencias, prácticas, infraestructuras y, sobre todo, de contenidos entre localidades y entre regiones.
- c. Dificultades de sostenibilidad. Debido a su compromiso con la comunidad y su carácter prioritariamente social y sin ánimo de lucro, su sostenibilidad económica se hace supremamente difícil y compleja, teniendo que conciliar cotidianamente su neutralidad y sentido comunitario frente a las presiones de las fuentes económicas, bien sean comerciales o políticas.
- d. Debilitamiento del carácter comunitario. Muchos de los medios locales asumen la denominación comunitaria o ciudadana, pero en realidad se comportan como medios comerciales.
- e. Débil compromiso pedagógico y cultural. Muchos medios locales no contribuyen a la educación ciudadana y a la protección del patrimonio cultural de las regiones, como es su obligación sino que, además, emiten mensajes dañinos para la construcción social y promueven contenidos simbólicamente homogenizantes y de baja calidad, definidos por el mercado.

2.1.3 Oportunidades

- a. Institucionalidad nacional y departamental. La existencia de una institucionalidad departamental y nacional sirve de soporte a los procesos, representada en Ministerios que incluyen y se ocupan del tema; por el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, por el apoyo de medios públicos de

- comunicación (Teleantioquia, Telemedellín, emisoras de la Universidad de Antioquia y otros) y por la presencia en el departamento de unas entidades educativas fuertes (Sena, universidades e institutos tecnológicos), muchas de ellas con acción en las regiones.
- Nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (las TIC) cada vez más accesibles, por su versatilidad despliegan inmensas posibilidades a muy bajos costos para su aplicación tanto en la creación como en la circulación y la interacción.
 - Riqueza y diversidad cultural. La existencia en Antioquia de unas regiones ricas en recursos, en paisajes, muchas historias para ser contadas y sobre todo, en su patrimonio cultural y su diversidad.

2.1.4 Amenazas


- Poco apoyo del gobierno local. A nivel local no existe claridad en los gobernantes sobre la importancia de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios para el desarrollo integral de sus comunidades y, por ende, no existen políticas gubernamentales para su fortalecimiento; se excluye el tema de los planes de gobierno y de cultura; no se generan infraestructura ni estrategias de sostenibilidad y tampoco se garantiza la continuidad de políticas, programas y proyectos entre un gobierno y otro.
- Complejidad jurídica. Los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios no tienen los conocimientos ni los recursos para asumir las exigencias legales que les hace el Estado; entran en competencia desigual con los medios comerciales y los monopolios mediáticos nacionales e internacionales.
- Conflictividad social y política. El ejercicio honesto de su función comunicativa choca con un complejo contexto de conflictos sociales, intereses de fuerzas legales e ilegales, que mantienen a los comunicadores, ciudadanos y comunitarios, en permanente presión y eventualmente en peligro de su integridad física.

- Geografía accidentada. Uno de los factores que dificultan la articulación, la interrelación y la interacción de los comunicadores ciudadanos y comunitarios, es la geografía antioqueña que por lo escarpado de su territorio, dificulta el transporte entre municipios y regiones.

2.2 Situación del sector en las regiones de Antioquia

Durante el mes de noviembre de 2013 se realizaron mesas de trabajo en las nueve regiones del departamento con líderes locales comprometidos con los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios. Estos encuentros permitieron la validación de información y el acopio de aportes valiosos para la formulación del Plan.



 Movilización ciudadana *Antioquia Diversas Voces*, 2013

Gráfica 8. Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del sector en Antioquia



 Fuente: gráfica elaborada para los planes sectoriales de las artes y la cultura, 2013

Tabla 2. Situación del sector en las regiones de Antioquia

Región	Principales situaciones Regionales	Principales propuestas regionales
Bajo Cauca	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de la Universidad de Antioquia y otras propuestas formativas, que posibilitan la presencia de nuevos comunicadores profesionales en la región. • Problemas de orden público. 	<ul style="list-style-type: none"> • Abrir oportunidades a los comunicadores, ya sea como generadores de los medios o bien como formadores de los empíricos y nuevos comunicadores. • Más formación. • Trabajo en redes. • Articulación.
Magdalena Medio	<ul style="list-style-type: none"> • Es muy débil la existencia de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios. • No cuenta con semilleros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear medios realmente ciudadanos y comunitarios.
Nordeste	<ul style="list-style-type: none"> • Hay buenos medios con sus semilleros. • Hay presencia del Sena y del Politécnico Jaime Isaza Cadavid (Grupo Enfocar). 	<ul style="list-style-type: none"> • Pasantías para intercambio de conocimientos. • Alianzas. • Concursos. • Fortalecer la Red Antioquia. • Visibilización de las creaciones.
Norte	<ul style="list-style-type: none"> • Muchos medios, pero muy poca formación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Profesionalización. • Mayor compromiso de los medios en lo social. • Trabajo en red.
Occidente	<ul style="list-style-type: none"> • Falta formación en medios y en sentido comunitario. • Participación de las instituciones educativas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Política de apoyo a los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios. • Realización de pasantías e intercambios entre medios y regiones. • Implicar a las instituciones educativas. • Realizar un inventario de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios.

Región	Principales situaciones Regionales	Principales propuestas regionales
Oriente	<ul style="list-style-type: none"> • Es la región con más desarrollo en medios. • Hay nuevos medios y buenos procesos (premios, encuentros, redes, etc.). • Hay buena formación pero no orientada a lo comunitario. • Hay trabajo en red entre muchos medios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Que los medios no dejen su vocación comunitaria. • Inversión del Estado en los medios para garantizar su subsistencia. • Aprovechar el sistema educativo. • Estimular el trabajo en red. • Formar para mejorar la calidad de contenidos.
Suroeste	<ul style="list-style-type: none"> • Es una región con una gran fortaleza en la cantidad y calidad de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios. • Es la región más fuerte en trabajo en red y trabajos conjuntos de estas redes. • Han tenido formación pero no profesional. • Hay presencia de medios indígenas. • Hay trabajo de compromiso con los jóvenes en los medios comunitarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor presencia de Teleantioquia. • Estimular el trabajo colaborativo entre medios. • Mayor formación profesional. • Enfoque de inclusión en los medios. • Definir diversas estrategias de sostenibilidad de los medios.
Urabá	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene una fortaleza formativa por la presencia de la Universidad de Antioquia en la región. • Los nuevos comunicadores no tienen oportunidad de trabajo en medios. • Hay más estrategias formativas no formales, con semilleros, talleres y diplomados. • Hay una tendencia comercializadora de los medios, y pérdida de sus funciones educativas y culturales. • Problemas de orden público, que inciden en la autonomía de los medios y seguridad de los comunicadores. • Medios presionados por el mercado, la clase política y las fuerzas ilegales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Articulación de los medios. Creación de redes o trabajos colaborativos. • Apoyo a egresados de comunicación para que creen emisoras y desarrollen labor como docentes. • Comprometer a los medios de comunicación con su responsabilidad comunitaria, cultural y ética. • Fortalecer la formación de semilleros, en especial, infantiles. • Estimular a los medios para la realización de proyectos de investigación y divulgación de la riqueza cultural de la región.

Región	Principales situaciones Regionales	Principales propuestas regionales
Valle de Aburrá	<ul style="list-style-type: none"> • Es la región con mayores posibilidades de desarrollo, pero no es la más completa en medios de comunicación ciudadanos y comunitarios. • Tiene una inmejorable oferta formativa. • Tiene organizaciones ciudadanas que promueven la comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar en cada municipio de la región la existencia de medios realmente comunitarios (por lo menos una emisora, un canal y un periódico por municipio). • Crear una red de medios del Valle de Aburrá.

🔍 Fuente: tabla elaborada para los planes sectoriales de las artes y la cultura, 2013



🔍 Formulación de los planes sectoriales de las artes y la cultura, Magdalena Medio, 2013

Trazados los elementos conceptuales, históricos, legislativos y el reconocimiento de la situación de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, es el momento de proyectar escenarios de futuro y estrategias para avanzar con el propósito de fortalecer lo existente y estimular la aparición y fortalecimiento de nuevos procesos para el sector en Antioquia y sus regiones.

3 PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO



Formulación de los planes sectoriales de las artes y la cultura, 2013

3.1 Principios

- a. Por esencia la comunicación ciudadana y comunitaria tiene un compromiso vital con las comunidades, sus historias y sus territorios, por lo que orienta su acción a las potencialidades, a la visibilización de sus problemas y a su empoderamiento.
- b. La comunicación ciudadana y comunitaria en Antioquia le apuesta a la protección y divulgación de los Derechos Humanos, en la perspectiva de construir ciudadanía democrática cultural.
- c. Los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios son, por naturaleza, espacios comprometidos con el fortalecimiento de la democracia. Personifican a los ciudadanos en tanto desencadenan procesos culturales, sociales, comunitarios y priorizan el interés colectivo sobre el particular.
- d. Acorde con las Políticas para la Radiodifusión en Colombia publicadas en 2004, para los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, es imperativo el respeto a la dignidad de los niños y los jóvenes, la realización de una programación respetuosa y orientadora, que no haga apología o incite a la violencia o al delito, o atente contra la integridad física, mental o moral de ellos.
- e. La comunicación ciudadana y comunitaria le apuesta a la inclusión, al respeto por la diversidad, la pluralidad y la interculturalidad, y se opone a todo tipo de discriminación y xenofobia. En este sentido, incorporará en sus contenidos a poblaciones con reivindicaciones especiales: grupos étnicos, población en discapacidad, desplazada, reivindicaciones de género y preferencias sexuales.

- f. Los medios, se reconocen como factores de desarrollo integral y, a escala humana, priorizan la cultura y el medio ambiente por encima de otros criterios de desarrollo. Los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios se comprometen con la defensa de los patrimonios naturales y culturales (tangibles e intangibles) de las regiones; el desarrollo creativo y sensible de la población, la construcción de sentidos de identidad y pertenencia, la relación educación y cultura, y el ciclo de la creación y la memoria.
- g. En este mismo sentido, los medios se definen como promotores y facilitadores de la participación comunitaria, equidad, diálogo y una decidida opción por la paz.
- h. La alternativa clara por lo comunitario y lo ciudadano, que se refleja en los contenidos, en las facilidades de acceso de la comunidad, en la promoción de la participación comunitaria y en la inclusión, es una condición irrenunciable de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, y solo desde esta perspectiva, será incluido en las líneas del presente Plan y en las políticas de fortalecimiento que de él se desprendan,

3.2 Retos

Los principales retos que encaran los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios en Antioquia son:

- a. Estimular el surgimiento de nuevos medios en cada región en todos los formatos, condicionados a un verdadero compromiso por lo comunitario y lo ciudadano.
- b. Potenciar la riqueza participativa de las comunidades, y el entusiasmo con que trabajan los comunicadores ciudadanos y comunitarios en sus localidades.
- c. Aprovechar al máximo los conocimientos acumulados históricamente por los comunicadores para el fortalecimiento colaborativo del mismo sector.
- d. Formar profesionalmente a las nuevas generaciones de comunicadores locales, priorizando en ellos el compromiso por lo ciuda-



 Formulación de los planes sectoriales de las artes y la cultura, Urabá, 2013

dano y lo comunitario, con fuertes principios éticos y humanísticos.

- e. Estimular la interrelación, interacción y agremiación de los comunicadores ciudadanos y comunitarios que se exprese en mayores niveles de asociatividad y coproducción de contenidos.
- f. Incrementar la generación y circulación de contenidos propios.
- g. Aprovechar al máximo las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y comunicación, en la perspectiva de medios digitales y convergencia de medios.
- h. Concientizar a la clase dirigente local sobre la importancia fundamental de la cultura en general y de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios en particular, para el desarrollo integral de sus comunidades.
- i. Incrementar los niveles de diseño, gestión y realización de proyectos, con movilización de recursos locales, regionales, departamentales, nacionales e internacionales.
- j. Estimular el máximo aprovechamiento de las oportunidades abiertas a nivel departamental, nacional e internacional, tales como convocatorias para la financiación de proyectos, becas, concursos, pasantías e intercambios.
- k. Promover entre los medios locales las relaciones con organismos internacionales: embajadas, redes latinoamericanas y mundiales, asociaciones de comunicadores y periodistas, generadores de contenidos pedagógicos.
- l. Generar las circunstancias para que los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios alcancen, sin perder su naturaleza, los niveles de organización, conformación jurídica, infraestructura y calidad de contenidos que las leyes colombianas y los estándares internacionales exigen.

3.3 Objetivos

3.3.1 Objetivo general

El Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria busca generar en las regiones antioqueñas condiciones y capacidades orientadas a la consolidación y surgimiento de procesos comunicativos autónomos y medios de comunicación con identidad ciudadana y comunitaria, con la perspectiva de garantizar el derecho a la comunicación, que contribuyan al desarrollo integral de las regiones, al fortalecimiento de una democracia verdadera y al despliegue de las capacidades creativas y expresivas de los ciudadanos, para la difusión y protección de la cultura y el fortalecimiento del tejido social.

3.3.2 Objetivos específicos

1. Ofrecer a los comunicadores ciudadanos y comunitarios oportunidades de formación integral para crear, sostener y optimizar los medios de comunicación en Antioquia.
2. Promover investigaciones y sistematizaciones de los procesos desarrollados por los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios de Antioquia a lo largo de su historia, como aporte a su autoreflexividad y la visibilización de su importancia social.
3. Generar las condiciones para que los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios produzcan contenidos propios que reflejen la realidad social y las riquezas culturales locales.
4. Fortalecer la organización del sector, y generar espacios de encuentro regional y departamental que permitan mejorar el oficio mediante la construcción de sinergias y alianzas para el trabajo colaborativo, el intercambio de experiencias, conocimientos y servicios, la circulación de contenidos y el empoderamiento colectivo de los comunicadores para la definición de políticas en favor del sector.
5. Estimular en las regiones, a través de los

medios, la generación de diálogos interculturales y la salvaguarda del patrimonio cultural intangible de los contenidos comunicativos.

6. Suscitar las condiciones para la visibilización, circulación, inclusión, apropiación y movilización de la participación a partir de la comunicación ciudadana y comunitaria a nivel local y departamental.
7. Desarrollar las condiciones de gestión, gobernanza, seguimiento y evaluación con el fin de consolidar la implementación efectiva de los planes sectoriales de las artes y la cultura departamentales 2014-2020, desde el enfoque de capacidades para el desarrollo cultural.

3.4 Propuesta estratégica

3.4.1 Líneas estratégicas

Línea estratégica 1

Formación integral de los comunicadores ciudadanos y comunitarios

Articulación de propuestas formativas (formales y no formales) que existen en el departamento en el ámbito de la comunicación ciudadana y comunitaria.

Programas

a. Formación para una ciudadanía comunicada

Para la formación integral en comunicación ciudadana y comunitaria, se propiciará una coordinación de acciones formativas existentes a partir de la infraestructura y la oferta académica de las instituciones de educación superior y otras entidades formativas, y se crearán estrategias nuevas a partir de formatos de semilleros, talleres, seminarios, intercambios, becas y pasantías. Algunas de estas acciones for-

mativas deberán estar orientadas a niños, adolescentes y jóvenes, en la perspectiva de motivar la generación de relevo de los comunicadores comunitarios, de creadores en radio, audiovisuales y virtuales dentro de las comunidades indígenas, afrocolombianas, y otras poblaciones minoritarias, a fin de que éstas puedan construir sus propias narrativas y reconocerse desde ellos mismos y no desde los demás. Este programa formativo podrá crearse en coordinación con el sector audiovisual y cinematográfico.

Línea estratégica 2

Gestión del conocimiento para el desarrollo de la comunicación ciudadana y comunitaria en Antioquia

- a. Apoyo a la realización de investigaciones relacionadas con la historia y el desarrollo de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios.
- b. Levantamiento del diagnóstico e inventario detallado de todos los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios del departamento.

Programas

a. Aprendizajes de la comunicación local

Se promoverán dinámicas de investigación sobre la realidad de la comunicación local y regional del departamento, mediante la pesquisa de historias de los procesos y los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios en cada región, y el diagnóstico sobre el tema en el departamento. Los resultados de estas investigaciones serán publicados y presentados en público en actos académicos.

Línea estratégica 3

Fomento a la creación de contenidos propios en los medios ciudadanos y comunitarios

- a. Ofrecimiento de incentivos que motiven a

los comunicadores a la realización de propuestas propias, con calidad, sentido social y cultural.

- b. Estímulo a través de convocatorias de apoyo a la coproducción en la creación de contenidos culturales (no noticiosos) de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios entre municipios o entre regiones, en cualquiera de las áreas y formatos comunicativos.
- c. Estímulo a los comunicadores recién egresados, a la creación de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, mediante un programa de emprendimiento que incluya formación, asesoría, acompañamiento y facilidades de financiación.
- d. Fomento a la creación y producción de contenidos locales, mediante la conformación de semilleros ciudadanos de comunicación, a través de convenios con los medios locales, con las demás áreas culturales, las instituciones educativas, los canales de interés público y otras organizaciones.

Programas

a. Las regiones tienen la palabra (Estímulos a la creación de contenidos)

Impulsar una línea de apoyo a la creación de contenidos propios de los medios de comunicación ciudadanos, canalizando recursos del Programa Departamental de Estímulos a la Creación y la Investigación Cultural, del Programa Nacional de Concertación, de las diversas convocatorias nacionales e internacionales, del Fondo para el Desarrollo de la Televisión de la Autoridad Nacional de Televisión—ANTV—³, y de otras fuentes del sector de la creación audiovisual y cinematográfica; del sector privado y del no gubernamental, entre otros. Se recomienda premiar los mejores contenidos, dando prioridad a las coproducciones del ámbito cultural no noticiosas, mediante concursos entre medios de comunicación, preferentemente de varios municipios o regiones y en cada una de las áreas comu-



 Formulación de los planes sectoriales de las artes y la cultura, Urabá, 2013

³ Según Acuerdo 009 de 2006, de la ANTV.

nicativas y formatos documentales o argumentales.

b. Programa de emprendimiento comunicativo

Está dirigido a los estudiantes de comunicación recién egresados de las distintas universidades del departamento, públicas o privadas, en el que se ofrece asesoría, acompañamiento y financiación para la creación de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios. Este Programa, orientado a nuevos comunicadores emprendedores, podrá contar con recursos del Programa de Estímulos a la Creación y la Investigación, en materia de creación de contenidos y brindará asesoría técnica permanente.

c. Semilleros ciudadanos de comunicación ciudadana y comunitaria

Como una estrategia clave en la formación de generación de relevo, se crearán en todas las áreas y formatos de la comunicación ciudadana y comunitaria, semilleros de creación y producción de contenidos propios alrededor de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, las casas de la cultura, las instituciones educativas y centros educativos rurales, bajo convenios con la Secretaría de Educación de Antioquia, articulados a semilleros de creación audiovisual y cinematográfica, y a los semilleros artísticos de música, danza, artes plásticas, literatura y teatro.

institucional, en aspectos jurídicos, financieros y organizativos, de acuerdo con las exigencias legales al sector.

Programas

a. Encuentro departamental de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios de Antioquia

Magno evento del sector de los comunicadores ciudadanos y comunitarios que propiciará diversas actividades:

1. Lanzamiento de los lineamientos anuales de fomento de la comunicación ciudadana y comunitaria, además de las convocatorias del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia (estímulos, becas, pasantías y concursos), y de todas las otras entidades públicas o privadas que las tengan.
2. Talleres específicos de formación en cada uno de los elementos de la cadena comunicativa: periodismo, sonido, cámara, escenografía, entre otros.
3. Encuentro departamental de la cadena de comunicación ciudadana y comunitaria. Encuentro de todos: formadores, comercializadores, concesionarios de radio y televisión, productores de prensa, radio, televisión, medios digitales y no convencionales.
4. Foros y encuentros con personalidades de comunicación periodística, radial y televisiva y feria exposición de empresas y procesos relacionados con el ramo.

Se recomienda que este certamen sea de carácter anual. Para su realización se podrá concertar con entidades que ya vienen efectuando actividades similares:

EPM, Alcaldía de Medellín, universidades, entre otras. Se sugieren los siguientes enfoques temáticos para cada encuentro: la formación técnica y ética; la creación y producción de contenidos; el mercadeo, la circulación y la apropiación social; la preservación de los contenidos; la generación de relevo; la inclusión; balances, adecuaciones y nuevas planeaciones.

Línea estratégica 4

Articulación y organización de medios y comunicadores ciudadanos y comunitarios

- a. Realización de eventos periódicos que permitan el acercamiento personal de los comunicadores entre sí y con los diferentes componentes del sector; el intercambio de conocimientos y la realización de acuerdos.
- b. Apoyo a los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios para su consolidación

b. Proceso de asesoría jurídica y administrativa

Con el apoyo de entidades expertas, se realizarán acciones de asesoría permanente a los comunicadores sobre estrategias de consecución de recursos, incluido el acompañamiento en diseño y gestión de proyectos, bajo la premisa de garantizar la conservación del carácter comunitario de los medios.

Igualmente, ofrecerá asesoría jurídica y acompañamiento permanente en las gestiones legales, talón de Aquiles para la supervivencia de los medios ciudadanos y comunitarios del departamento, con el fin de:

1. Ayudar a resolver temas legales de derechos de autor, requisitos gubernamentales para la creación de medios, gestión de licencias, legislación sobre espectáculo, cine, medios, patrimonio y demás requerimientos jurídicos, que suelen enfrentar de manera aislada y solitaria los colectivos de comunicaciones.
2. Mediar ante el gobierno central la posibilidad de atender las exigencias legales en Medellín, evitando a los comunicadores comunitarios el gasto del desplazamiento hasta Bogotá.
3. Diseñar y gestionar normas que beneficien y protejan los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios.
4. Asesorar y acompañar a los comunicadores ciudadanos y comunitarios en los casos de violación de sus derechos de comunicación y ante amenazas a su integridad física.

Línea estratégica 5

Comunicación para la salvaguarda de la memoria y la diversidad

- a. Protección del patrimonio cultural intangible producido en los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios en los diversos formatos (textos, imágenes fotográficas, imágenes en movimiento, registros sonoros).

- b. Creación de un estímulo especial a los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios que fomenten la participación, inclusión de poblaciones especiales y el reconocimiento de la diversidad y el diálogo intercultural.

Programas

a. Los contenidos son patrimonio

Convocatoria especial para la presentación de proyectos de salvaguarda de los contenidos producidos por los medios de comunicación en los municipios y las regiones. Este estímulo será complementado con acciones de formación técnica para la preservación.

b. Comunicación diversa

En cada región del departamento se premiarán las experiencias más significativas de inclusión y el fomento por el respeto a la diversidad cultural a través de los medios de comunicación en cada una de las áreas comunicativas.

Línea estratégica 6

Fomento a la circulación y apropiación social de contenidos

- a. Organización de encuentros formativos (seminarios o cursos) dirigidos a la clase política de los municipios y las regiones, complementados con la realización de campañas a nivel departamental, regional y municipal para la visibilización de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, orientada a las poblaciones y a los gobernantes locales.
- b. Aprovechamiento de las posibilidades tecnológicas para hacer circular los contenidos desde y hacia las regiones.

Programas

- a. Seminario de gestión cultural para gobernantes municipales

Evento que convocará a gobernantes municipales, concejales, secretarios y líderes políticos de los municipios y las regiones, para capacitarlos en los fundamentos de la gestión cultural, en los espacios locales y en la definición de políticas de apoyo a los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios y demás sectores culturales.

b. Plataforma de intercambio de contenidos en los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios

Es conveniente impulsar, desde los medios ciudadanos, la conformación de una red de intercambio de contenidos, en la que a través de una plataforma en Internet y otras estrategias, se recoja, bajo criterios de calidad, la producción radial, periodística y televisiva de los diversos medios comunitarios del departamento, con el propósito de su circulación gratuita en los mismos medios abonados. Así, éstos en cada municipio, podrán acceder a contenidos realizados en otros y en otras regiones del departamento, a fin de ponerlas en circulación en sus respectivas localidades, dentro del marco de respeto por los derechos de autor. De esta manera, se apoyará la circulación y producción colaborativa de contenidos, optimizando al máximo la relación costo-beneficio de las buenas producciones comunicativas realizadas en los municipios, lo que favorecerá además, el diálogo entre los ciudadanos de las diversas regiones del departamento. Para este programa podrá aprovecharse alguna o algunas de las plataformas ya existentes, previos acuerdos con sus responsables.

Línea estratégica 7

Condiciones de sostenibilidad de los procesos de comunicación ciudadana y comunitaria

- a. Gestión institucional para la implementación efectiva de los planes.
- b. Gobernanza y formación de una nueva cultura política en el departamento que garan-

tice la adecuada implementación y continuidad de los planes.

- c. Gestión del conocimiento para el desarrollo cultural departamental, regional, local, rural y sectorial.
- d. Condiciones para el desarrollo cultural sectorial y territorial en Antioquia.
- e. Seguimiento y evaluación de los planes sectoriales departamentales de cultura 2014-2020.

3.5 Matriz de planificación estratégica

La gráfica 9 presenta la síntesis del planteamiento estratégico para el Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria 2014-2020, que recoge en extenso la tabla 3.



 Fiesta de la Cultura de Antioquia, 2013

Gráfica 9. Planteamiento estratégico

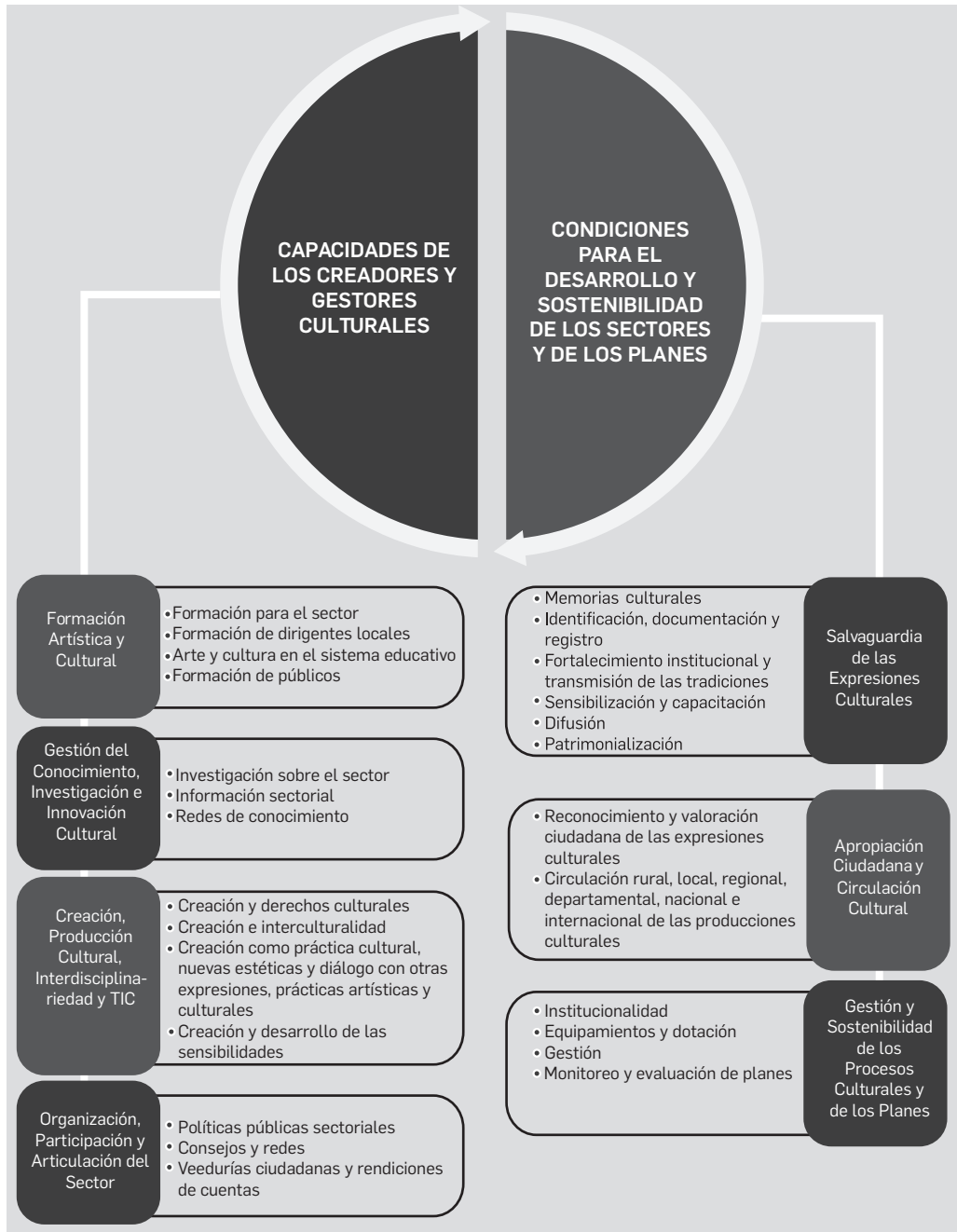


Tabla 3. Matriz de planificación

Objetivo específico 1: Ofrecer a los comunicadores ciudadanos y comunitarios oportunidades de formación integral para crear, sostener y optimizar los medios de comunicación en Antioquia				
<i>Línea estratégica 1: Formación integral de los comunicadores ciudadanos y comunitarios</i>				
Estrategia	Indicador	Meta	Posibles aliados	Período de implementación
1-1 Articulación de propuestas formativas (formales y no formales) que existen en el departamento en el ámbito de la comunicación ciudadana y comunitaria.	I-1 Número de propuestas y programas formativos ofrecidos de manera articulada (interinstitucional).	M-1 Dieciocho (18) programas formativos diseñados y ofrecidos de manera articulada (Dos (2) por región en todo el período).	ICPA, Gobernación de Antioquia, instituciones de educación superior (profesional y tecnológica) y ONG formativas.	2014–2020
	I-2 Número de comunicadores formados en talleres, semilleros, laboratorios, grupos de estudio y colectivos.	M-2 Ciento treinta y cinco (135) comunicadores comunitarios capacitados y formados durante todo el período (Quince (15) por cada región durante todo el período).	ICPA, Gobernación de Antioquia, colectivos locales de comunicación, redes de medios, administraciones municipales e instituciones educativas.	2014–2020
	I-3 Número de pasantías e intercambios realizados.	M-3 Dieciocho (18) intercambios regionales en todo el período (Dos (2) por región en todo el período).	ICPA, Gobernación de Antioquia, colectivos locales de comunicación, redes de medios, administraciones municipales, instituciones educativas y medios ciudadanos y comunitarios.	2014–2020



 Fiesta de la Cultura de Antioquia, 2013

Objetivo específico 2: Promover investigaciones y sistematizaciones de los procesos desarrollados por los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios de Antioquia a lo largo de su historia, como aporte a su autoreflexividad y la visibilización de su importancia social

Línea estratégica 2: Gestión del conocimiento para el desarrollo de la comunicación ciudadana y comunitaria de Antioquia

Estrategia	Indicador	Meta	Posibles aliados	Período de implementación
2-1 Apoyo a la realización de investigaciones relacionadas con la historia y el desarrollo de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios.	I-4 Número de investigaciones convocadas y apoyadas.	M-4 Nueve (9) investigaciones realizadas (Una (1) por región), sobre la historia de los medios en Antioquia y otros fenómenos relacionados con éstos.	ICPA, Consejo Departamental de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios, centros de historia de los municipios, universidades, ONG, colectivos académicos, medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, alcaldías y redes de medios.	2014-2020
2-2 Levantamiento del diagnóstico e inventario detallado de todos los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios del departamento.	I-5 Número de diagnósticos realizados.	M-5 Un (1) diagnóstico general e inventario realizado que involucre al 100% de los medios.	ICPA, Consejo Departamental de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios, universidades, ONG, colectivos académicos, medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, alcaldías y redes de medios.	2014-2020

Objetivo específico 3: Generar las condiciones para que los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios produzcan contenidos propios que reflejen la realidad social y las riquezas culturales locales

Línea estratégica 3: Fomento a la creación de contenidos propios en los medios ciudadanos y comunitarios

3-1 Ofrecer incentivos que motiven a los comunicadores a la realización de propuestas propias de calidad, con sentido social y cultural.	I-6 Número de premios y estímulos ofrecidos a la creación para los mejores contenidos culturales propios de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, convocados y asignados anualmente.	M-6 Nueve (9) premios anuales a las mejores producciones sobre contenidos culturales, asignados en cualquiera de los formatos comunicativos, uno por región, para un total de cincuenta y cuatro (54) premios en todo el período.	ICPA, administraciones municipales, empresas privadas, Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura, instituciones de educación superior, EPM, Fondo para el Desarrollo de la Televisión y los contenidos -FONTV-, redes de medios, agremiaciones de comunicadores y periodistas, y cooperativas de medios.	2014-2020
--	--	---	--	-----------

Estrategia	Indicador	Meta	Posibles aliados	Período de implementación
<p>3-2 Estímulo a través de convocatorias de apoyo a la coproducción en la creación de contenidos culturales (no noticiosos) de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios entre municipios o entre regiones, en cualquiera de las áreas y formatos comunicativos.</p>	<p>I-7 Número de coproducciones de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios realizadas.</p>	<p>M-7 Cincuenta y cuatro (54) coproducciones en distintos formatos creadas por los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios durante el período en los distintos formatos. (Una (1) coproducción anual por región).</p>	<p>ICPA, Red Antioquia, colectivos locales de comunicación, administraciones municipales, instituciones educativas, medios de comunicación ciudadanos y comunitarios y empresas privadas.</p>	<p>2015-2020</p>
<p>3-3 Estímulo a los comunicadores recién egresados, a la creación de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, mediante un programa de emprendimiento que incluya formación, asesoría, acompañamiento y facilidades de financiación.</p>	<p>I-8 Emprendimientos en medios de comunicación ciudadanos y comunitarios creados y/o fortalecidos en las regiones de Antioquia.</p>	<p>M-8 Crear y/o fortalecer por lo menos nueve (9) emprendimientos en medios de comunicación ciudadanos y comunitarios en Antioquia (Una (1) por región).</p>	<p>ICPA, grupos y organizaciones comunitarias, Consejo Departamental de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios, empresa privada, administraciones municipales, secretarías de competitividad de los municipios, Gobernación de Antioquia y entidades de fomento a la creación de empresas.</p>	<p>2014-2020</p>



Formulación de los planes sectoriales de las artes y la cultura. Consejo Departamental de Cultura, 2013

<p>3-4 Fomento a la creación y producción de contenidos locales, mediante la conformación de semilleros ciudadanos de comunicación, en interrelación con los medios locales y las demás áreas culturales, las instituciones educativas, los canales de interés público y otras organizaciones.</p>	<p>I-9 Número de semilleros de comunicadores produciendo.</p>	<p>M-9 En cada región, por lo menos cuatro (4) semilleros activos en cada área (prensa, radio, televisión, medios virtuales), para un total de treinta y seis (36) semilleros produciendo contenidos, que deberán ser sostenidos anualmente durante el período.</p>	<p>ICPA, Gobernación de Antioquia, Ministerio de Cultura, administraciones municipales, secretarías de educación (municipales y departamental), Consejo Departamental de Cultura, Consejo Departamental de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios, empresas privadas, cooperación internacional, instituciones educativas, medios regionales de televisión y otros canales y red de emisoras universitarias.</p>	<p>2014-2020</p>
--	---	---	--	------------------

Objetivo específico 4: Fortalecer la organización del sector, y generar espacios de encuentro regional y departamental que permitan mejorar el oficio mediante la construcción de sinergias y alianzas para el trabajo colaborativo, el intercambio de experiencias, conocimientos y servicios, la circulación de contenidos y el empoderamiento colectivo de los comunicadores para la definición de políticas en favor del sector

Línea estratégica 4: Articulación y organización de medios y comunicadores ciudadanos y comunitarios

Estrategia	Indicador	Meta	Posibles aliados	Período de implementación
<p>4-1 Realización de eventos periódicos que permitan el acercamiento personal de los comunicadores entre sí y con los diferentes componentes del sector, el intercambio de conocimientos y la realización de acuerdos.</p>	<p>I-10 Número de encuentros anuales del sector de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios realizados.</p>	<p>M-10 Realizar siete (7) encuentros generales de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios durante el período (Uno (1) por año).</p>	<p>ICPA, Gobernación de Antioquia, televisión regional Consejo Departamental de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios. Ministerio de Cultura, instituciones de educación superior, Alcaldía de Medellín, medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, redes de medios, agremiaciones de comunicadores y periodistas, cooperativas de medios y empresas privadas.</p>	<p>2014-2020</p>

<p>4-2 Apoyo a los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios para su consolidación institucional, en aspectos jurídicos, financieros y organizativos, de acuerdo con las exigencias legales al sector.</p>	<p>I-11 Medios de comunicación ciudadanos y comunitarios organizados, formalizados y ajustados a la Ley.</p>	<p>M-11 25% de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios deberán estar registrados, acompañados en sus procesos de organización, formalización y en el cumplimiento de los requisitos de Ley.</p>	<p>Redes de medios, organizaciones de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, Consejo Departamental de los Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios, Ministerio de Cultura y consultorios jurídicos de universidades.</p>	
---	--	--	---	--

Objetivo específico 5: Estimular en las regiones, a través de los medios, la generación de diálogos interculturales y la salvaguarda del patrimonio cultural intangible de los contenidos comunicativos

Línea estratégica 5: Comunicación para la salvaguarda de la memoria y la diversidad

Estrategia	Indicador	Meta	Posibles aliados	Período de implementación
<p>5-1 Protección del patrimonio cultural intangible producido en los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios en cada formato (textos, imágenes fotográficas, imágenes en movimiento, registros sonoros).</p>	<p>I-12 Número de proyectos orientados a la protección de contenidos.</p>	<p>M-12 Diez (10) proyectos de orden departamental y regional, orientados a la salvaguarda de los contenidos en todo el período.</p>	<p>ICPA, Gobernación, administraciones municipales, medios de comunicación ciudadanos y comunitarios. Ministerio de Cultura, Patrimonio Fílmico Nacional, redes de medios, agremiaciones de comunicadores y periodistas, cooperativas de medios, empresas privadas, archivos (locales y departamentales) e historiadores locales.</p>	<p>2014-2020</p>
<p>5-2 Creación de un estímulo especial a los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios que fomenten la participación, la inclusión de poblaciones especiales, el reconocimiento de la diversidad y el diálogo intercultural.</p>	<p>I-13 Número de premios y estímulos convocados y asignados anualmente a la inclusión y fomento de la diversidad a través de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios.</p>	<p>M-13 Nueve (9) premios anuales a los medios que más fomenten la participación, la inclusión y la diversidad, en cualquiera de los formatos comunicativos, uno por región, para un total de cincuenta y cuatro (54) premios en todo el período.</p>	<p>ICPA, Ministerio de Cultura, redes de medios, agremiaciones de comunicadores y periodistas, cooperativas de medios, empresas privadas, organizaciones de trabajadores con discapacidad, organizaciones étnicas, Fondo para el Desarrollo de la Televisión y los contenidos -FONTV-.</p>	<p>2014-2020</p>

Objetivo específico 6: Generar las condiciones para la visibilización, circulación, inclusión, apropiación y movilización de la participación a partir de la comunicación ciudadana y comunitaria a nivel local y departamental

Línea estratégica 6: Fomento a la circulación y apropiación social de contenidos

Estrategia	Indicador	Meta	Posibles aliados	Período de implementación
6-1 Organización de encuentros formativos (seminarios o cursos) dirigidos a la clase política de los municipios y las regiones, complementados con campañas comunicativas de visibilización de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, a nivel departamental, regional y municipal, orientadas a las poblaciones y a los gobernantes locales.	I-14 Número de encuentros con gobernantes locales, sobre temas de cultura, y comunicación ciudadana y comunitaria.	M-14 Dieciocho (18) encuentros o seminarios sobre los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios con servidores públicos, gobernantes y políticos de las regiones (2 encuentros por región durante el período).	ICPA, Gobernación de Antioquia, medios de televisión regional, administraciones municipales, grupos y organizaciones de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, empresa privada, Ministerio de Cultura y entidades públicas de educación técnica.	2014-2020
6-2 Aprovechamiento de las posibilidades tecnológicas para hacer circular los contenidos desde y hacia las regiones.	I-15 Número de plataformas implementadas.	M-15 Una (1) plataforma virtual cuya base de datos incluya los mejores contenidos de todas las áreas comunicativas, producidos en las regiones.	ICPA, Gobernación de Antioquia, grupos y organizaciones de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, empresa privada, Ministerio de Cultura, dependencias relacionadas con conectividad y TIC.	2014-2020



 Fiesta de la Cultura de Antioquia, 2013

Objetivo específico 7: Generar las condiciones de gestión, gobernanza, seguimiento y evaluación con el fin de consolidar la implementación efectiva de los planes sectoriales de las artes y la cultura departamentales 2014-2020, desde el enfoque de capacidades para el desarrollo cultural

Línea Estratégica 7: Sostenibilidad de los Planes Sectoriales de Cultura 2014-2020

Estrategia	Indicador	Meta	Posibles aliados	Período de implementación
7-1 Gestión institucional para la implementación efectiva de los planes.	I-16 Número de casas de la cultura que incorporan los planes sectoriales de las artes y la cultura en los planes de desarrollo cultural municipal, de acuerdo con el potencial local.	M-16 Ciento veinticinco (125) municipios con integración de las artes y la cultura en sus planes de desarrollo cultural.	ICPA y alcaldías municipales.	2014-2020
	I-17 Número de escuelas municipales de formación para las artes y la cultura que involucran todos los sectores artísticos.	M-17 Una (1) escuela integrada de artes por región, que integre procesos formativos en: música, teatro, danza, artes visuales, literatura, cine, comunicación ciudadana y comunitaria, lectura y bibliotecas.	ICPA, alcaldías municipales, cajas de compensación, redes sectoriales, entidades educativas y organizaciones culturales.	
	I-18 % de dependencias del ICPA vinculadas efectivamente a la implementación de los planes sectoriales de arte y cultura 2014-2020.	M-18 100% de las dependencias del ICPA vinculadas a la asesoría y acompañamiento de los planes sectoriales del arte y la cultura 2014-2020.	ICPA, alcaldías municipales, consejeros departamentales de las artes y la cultura, organizaciones locales, entidades educativas y medios de comunicación.	2014-2020
	I-19 Número de organizaciones, entidades y empresas en alianza para la implementación efectiva de los planes sectoriales departamentales.	M-19 Quince (15) entidades u organizaciones por región y por año, aliadas en la implementación de los planes.	ICPA, alcaldías municipales, empresas privadas, entidades educativas y ambientales, medios de comunicación, organizaciones sociales y culturales, entre otras.	2014-2020
	I-20 Número de encuentros departamentales de las artes y la cultura por año.	M-20 Un (1) encuentro bienal de cultura departamental, que convoque al sector.	ICPA, alcaldías municipales, Sistema Departamental de Cultura, organizaciones culturales, empresas culturales, entidades educativas, etc.	2014-2020

Estrategia	Indicador	Meta	Posibles aliados	Período de implementación
7-2 Gobernanza y formación de una nueva cultura política en el departamento que garantice la adecuada implementación y continuidad de los planes.	I-21 Número de eventos de capacitación de alcaldes, creados y puestos en marcha para la formación en políticas culturales y apropiación de los planes sectoriales de las artes y la cultura 2014-2020.	M-21 Un (1) programa anual de formación y actualización cultural para alcaldes municipales.	ICPA y administraciones municipales.	2014-2020
	I-22 Número de eventos de formación para la apropiación social y seguimiento de los planes sectoriales departamentales de cultura por los ciudadanos.	M-22 Un (1) programa anual de formación por región, que involucre los planes sectoriales.	ICPA, alcaldías municipales y Sistema Departamental de Cultura.	2014-2020
	I-23 Porcentaje de consejeros departamentales de las artes y la cultura, formados y fortalecidos en competencias de liderazgo y gestión, para la adecuada implementación de los planes.	M-23 100% de los consejeros departamentales de arte y cultura formados.	ICPA, alcaldías municipales y Sistema Departamental de Cultura.	2014-2015



Estrategia	Indicador	Meta	Posibles aliados	Período de implementación
7-3 Gestión del conocimiento para el desarrollo cultural departamental, regional, local y rural, así como sectorial.	I-24 Un (1) Observatorio Departamental de Cultura creado y en marcha.	M-24a Veinte (20) investigaciones sectoriales adelantadas y socializadas.	ICPA, alcaldías municipales e instituciones de educación superior.	2015-2020
		M-24b Cincuenta (50) mapeos culturales sectoriales elaborados y socializados.	ICPA y alcaldías municipales.	2015-2020
		M-24c Un (1) observatorio en red, en el portal del ICPA.	ICPA, alcaldías municipales y entidades educativas.	2015-2020
		M-24d Un (1) sistema de información cultural departamental en red.	ICPA y alcaldías municipales.	2015-2020
		M-24e Ocho (8) lineamientos base que den cuenta del sistema de indicadores para el desarrollo sectorial en las áreas de música, teatro, danza, artes visuales, literatura, comunicación comunitaria, cine, audiovisual, lectura y bibliotecas.	ICPA, alcaldías municipales y consejeros departamentales de las artes y la cultura.	2015-2020



Mobilización ciudadana Antioquia Diversas Voces. Seminario en Gestión y Participación Cultural, 2013

Estrategia	Indicador	Meta	Posibles aliados	Período de implementación
7-4 Condiciones para el desarrollo cultural sectorial y territorial en Antioquia.	I-25 Número de fuentes de financiamiento incorporadas a la gestión de los Planes Sectoriales de Arte y Cultura 2014-2020.	M-25 Siete (7) alianzas anuales para el cofinanciamiento de los planes por sector y región.	ICPA y alcaldías municipales.	2015-2020
	I-26 Número de alianzas de cooperación proactiva para el desarrollo cultural regional.	M-26 Siete (7) alianzas anuales de cooperación interinstitucional o interorganizacional para el apalancamiento de los planes, por sector y región.	ICPA, alcaldías municipales, parques educativos, ciudadelas educativas y culturales, casas de la cultura, entre otros.	2015-2020
	I-27 Número de equipamientos culturales, creados o fortalecidos y dotados para el desarrollo de las artes y la cultura en Antioquia.	M-27 Tres (3) equipamientos culturales creados o fortalecidos por región, por año.	ICPA y alcaldías municipales.	2016-2020
7-5 Seguimiento y evaluación de los planes sectoriales departamentales de cultura 2014-2020.	I-28 Número de equipos gestores de los planes, conformados y con capacidad de liderazgo, gestión y empoderamiento.	M-28 Un (1) equipo gestor para cada plan sectorial conformado que rinda cuentas a la ciudadanía.	ICPA, alcaldías municipales y consejeros departamentales y municipales de arte y cultura.	2014-2020
	I-29 Número de ejercicios de rendición pública de cuentas por los agentes del sector, de veeduría ciudadana y de exigibilidad de derechos.	M-29 Ochenta (80) ejercicios de rendición de cuentas adelantados en el periodo.	ICPA, alcaldías municipales, organizaciones culturales, consejos departamentales de cultura, medios ciudadanos y comunitarios y colectivos culturales.	2014-2020
	I-30 Número de mesas regionales de cultura y las artes conformadas para la elaboración de planes de acción regionales y la implementación efectiva de los planes sectoriales de arte y cultura.	M-30 Una (1) mesa por región, con representación zonal y participación de consejeros de cultura, casas de la cultura, entidades educativas, empresas privadas, organizaciones sociales, ambientales, entre otras.	ICPA y alcaldías municipales.	2014-2020

Estrategia	Indicador	Meta	Posibles aliados	Período de implementación
	I-31 Número de políticas públicas locales y planes municipales de cultura que involucran los sectores artísticos y culturales de manera directa, formulados y funcionando.	M-31 Ciento veinticinco (125) políticas públicas locales y planes municipales.	ICPA y alcaldías municipales.	2014-2020
	I-32 microportal en línea para el seguimiento de los planes sectoriales del arte y la cultura 2014-2020.	M-32 Un (1) Microportal en el portal del ICPA al servicio de los planes sectoriales de cultura.		2015-2020

 Fuente: tabla elaborada para los planes sectoriales de las artes y la cultura, 2013

Se entiende por sostenibilidad en los Planes Sectoriales de Cultura, la generación de condiciones de gestión, gobernanza, cofinanciación, seguimiento y evaluación con el fin de consolidar la implementación efectiva de los planes desde un enfoque de condiciones y capacidades para el desarrollo cultural.

Por ello, se plantean algunos asuntos generales para la implementación efectiva de los planes en las regiones y asuntos específicos que corresponden a la sostenibilidad de los procesos consignados en este Plan.

En lo general y en lo territorial, es claro que la generación de condiciones de sostenibilidad de los planes pasa por la implementación de: una estrategia de gestión institucional para su implementación; una estrategia de gobernanza y formación de una nueva cultura política en el departamento que garantice su continuidad; una estrategia de gestión del conocimiento para el desarrollo cultural departamental, regional, local, incluido lo rural, así como en el ámbito de los sectores artísticos y culturales; una estrategia de desarrollo cultural sectorial y territorial en Antioquia, y una estrategia de seguimiento y evaluación de los planes departamentales de cultura 2014-2020.

La estrategia de gestión institucional se traduce en la incorporación de los planes sectoriales tanto en la gestión de las casas de la cultura, como en la formulación e implementación de los planes de desarrollo culturales de los municipios; el involucramiento de los sectores artísticos a las escuelas municipales de formación para las artes; la vinculación efectiva de las dependencias del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia a la implementación de los planes sectoriales, así como a la ejecución de los mismos, por parte de organizaciones culturales, entidades y empresas en alianzas proactivas interesadas en el desarrollo regional.

La estrategia de gobernanza y formación de una nueva cultura política en el departamento que garantice la adecuada implementación y continuidad de los mismos, se traduce en acciones y eventos dirigidos a las autoridades locales en

4 SOSTENIBILIDAD



 Movilización ciudadana Antioquia *Diversas Voces*, 2013

políticas culturales, legislación cultural y herramientas para la apropiación e implementación de los planes sectoriales; acciones de formación y apropiación social y seguimiento de los planes por parte de los ciudadanos y la cualificación de los consejeros departamentales en competencias de liderazgo y gestión para la adecuada implementación de los planes.

La estrategia de gestión del conocimiento para el desarrollo cultural departamental, regional, local y rural, así como sectorial, tendrá su mejor desarrollo en el ajuste y despliegue del observatorio del Sistema Departamental de Cultura que articule a su gestión procesos de investigación, mapeos culturales sectoriales, sistematización y una amplia difusión de procesos, avances y resultados; la construcción de líneas de base e indicadores para el seguimiento, la evaluación y el aprendizaje del desarrollo sectorial de la música, el teatro, la danza, las artes visuales, la literatura, la comunicación ciudadana y comunitaria, la creación audiovisual y cinematográfica, la lectura y las bibliotecas.

Una estrategia de desarrollo cultural sectorial y territorial en Antioquia involucra la identificación y vinculación de diversas fuentes de financiación a la gestión de los planes bajo la modalidad de alianzas interinstitucionales de cooperación proactiva para el desarrollo cultural regional y la creación o fortalecimiento de equipamientos y dotaciones para el desarrollo de las artes.

Una estrategia de seguimiento y evaluación de los planes departamentales de cultura 2014-2020 se traduce en la conformación de equipos gestores con capacidad de liderazgo, gestión y empoderamiento, y en las veedurías y rendiciones públicas de cuentas de agentes del sector en perspectiva de responsabilidad colectiva y exigibilidad de derechos. Es oportuno considerar la conformación de mesas regionales de cultura con representación zonal, de consejeros de cultura, casas de la cultura, entidades educativas, empresas privadas, organizaciones sociales, ambientales, entre otras, para la formulación y gestión de planes operativos de corto plazo que desarrollen los planes sectoriales.

Complementan la estrategia, acciones de incidencia orientadas a la formulación de políticas públicas locales y planes municipales de cultura que involucren de manera directa a los sectores artísticos y los planes sectoriales, así como la puesta en circulación de un microportal para el seguimiento de los planes sectoriales en línea.

4.1 De la planificación a la ejecución

Para efectos de proponer algunas recomendaciones que permitan el avance efectivo en la implementación del presente Plan, es importante diferenciar la lógica de la planeación, de la lógica de la ejecución. Hay varias razones para ello pero la principal, en la que vale la pena insistir, es la distancia entre el hecho de planificar, por lo general un proceso lineal, lógico, secuencial, integrador y la ejecución de plan, por lo general un proceso que obedece a coyunturas, oportunidades, circunstancias relacionadas con las demandas ciudadanas, la disposición de actores sociales, políticos e institucionales en las regiones.

A ello se suma el que las condiciones concretas para la ejecución presentan algunas restricciones. La lógica estratégica supone una mirada temporal de largo plazo, siendo éste de unos veinte años, pero buena parte de los propósitos más generales de los planes, no se pueden mirar solo como lo realizable en los siete años de duración del presente Plan.

Así las cosas, es necesario mirar con sentido realista las metas propuestas bajo la pregunta: ¿Del horizonte planteado, qué es posible realizar efectivamente en estos siete años? Por ello se propone tener en cuenta los siguientes asuntos estratégicos:

- a. Propiciar una reflexión sobre los "mínimos culturales" para el desarrollo de las artes y la cultura en los municipios, apuntando a procesos de apropiación de sus planes de las artes y la cultura de manera articulada. Para los municipios pequeños y medianos la puesta en marcha de ocho planes sectoria-

- les de manera simultánea, en vez de ayudar, complican la ejecución. Los planes sectoriales pueden ser un buen pretexto para construir los planes municipales de cultura y la promoción de la conformación e implementación efectiva de los consejos municipales de cultura.
- b. Construcción de mesas regionales para las artes y la cultura. Son instancias intermedias entre el nivel municipal y el departamental y al mismo tiempo espacios de encuentro y reflexión entre consejeros y actores relevantes de las regiones. Procurar que no sean mesas adscritas e impulsadas desde el Instituto, sino desde la sociedad civil, aunque para su funcionamiento puedan contar con respaldo del Instituto. Su tarea principal es perfilar proyectos para las artes y la cultura con visión regional, aunando liderazgos regionales.
 - c. Los planes sectoriales son una herramienta para el trabajo con visión estratégica de sector. Es importante hacer un trabajo pedagógico de comprensión y apropiación de cada plan con el respectivo consejo de área, que no se reduzca a una presentación breve ni a discusiones sobre la forma, sino sobre sus apuestas fundamentales para que sea un pretexto que alimente la visión estratégica del sector. Ello contribuirá muy seguramente al empoderamiento de los consejos de área.
 - d. Construir un portafolio de programas y proyectos para las artes y la cultura, recogiendo de los ocho planes aquellas estrategias que puedan servir como base para el desarrollo de alianzas público-privadas.
 - e. Mantener espacios de encuentro y de reflexión intersectorial entre las artes y otros procesos culturales, lo que permite que cada sector se vea como parte de un movimiento más amplio y complejo. Es importante darle un mayor protagonismo en esos eventos al Consejo Departamental de Cultura, no solo como invitado especial sino de interlocutor frente a las instancias gubernamentales y a otros actores sociales.
 - f. Es fundamental involucrar a las organizaciones más fuertes de las artes visuales en el desarrollo de procesos de formación, asesoría e intercambio de experiencias con aquellas de menor desarrollo. En esta relación es un reto encontrar mecanismos contractuales que permitan adelantar métodos y no solo acciones fragmentadas en el tiempo con ejecuciones sujetas a los ritmos propios de la contratación. También hay que encontrar mecanismos que permitan operar en lógica de alianza y no tanto de contratista-contratado, por las limitaciones de dicha relación. Si bien la razón de toda mancomunidad es que los involucrados aporten, hay que tener en cuenta la desigual situación en la que se encuentran los actores comunitarios y otros agentes de la sociedad.
 - g. Uno de los asuntos más difíciles de remover en los agentes de la cultura es el de la mentalidad, vale decir, es hacer un cambio cultural en ellos frente a las artes. Se requiere estimular el intercambio de experiencias entre pares y el encuentro con prácticas exitosas diferentes a las propias; la salida a los ámbitos nacional e internacional generan nuevos retos en la mente, que abren posibilidades al cambio.
 - h. Los planes deben acompañarse de una estrategia de seguimiento y evaluación con oído atento a las percepciones de los agentes del sector y de la ciudadanía, comprometida con los procesos culturales. Un evento anual de reflexión más estratégico sobre la marcha de los planes, es deseable; éste, debe incluir una rendición de cuentas de lo realizado, pero que no se reduzca a ello solamente. Es importante visibilizar y cuantificar los aportes de la ciudadanía al proceso, lo que ayuda a tomar conciencia del poder ciudadano, pues en estos casos, solo rinden cuentas las instituciones gubernamentales.
 - i. La ejecución de un plan supone una negociación política entre actores para fijar prioridades, comprometer recursos, aunar voluntades. Aquí tanto los Consejos de Área, como el Consejo Departamental de Cultura y el ICPA, deben identificar sus prioridades y su estrategia de negociación.

4.2 Apropiación social

Para que este Plan tenga condiciones mínimas, sea llevado a la práctica y trascienda, requiere de la apropiación ciudadana y por la institucionalidad cultural, especialmente por los integrantes del sector. Ello supone que sea difundido, estudiado, utilizado, evaluado y defendido, si es del caso, una vez publicado.

Una condición sin la cual este Plan no es sostenible es que efectivamente recoja los sueños y aspiraciones de la ciudadanía del departamento en las artes y sea congruente con la situación en la que se encuentran la institucionalidad y los recursos disponibles. Un plan que rebase en mucho las posibilidades de ser realizado conduce a una frustración y a un desencanto que se traduce en que nadie se lo apropia porque no cree en él; un plan que solo refleje lo existente, no permite avances significativos, produciendo igualmente desencanto y falta de compromiso.

En este sentido, es importante implementar en el primer año del Plan, los siguientes mecanismos para su apropiación social:

- a. Una amplia difusión del contenido de este Plan entre los actores del sector mediante publicaciones impresas, medios virtuales y la transmisión de sus dimensiones, a través de medios de comunicación, especialmente los comunitarios y locales.
- b. La realización de foros orientados a fijar compromisos en torno a la implementación del Plan entre sectores de nivel departamental y regional, con la participación de promotores regionales.
- c. Dado que el Plan señala el horizonte, pero no precisa las tareas y compromisos de cada actor involucrado en los niveles regionales, se sugiere crear mesas de trabajo regionales conformadas por representantes de los principales interesados, que anualmente fijen prioridades y hagan compromisos para el desarrollo del Plan en su región.

4.3 Actores involucrados en el desarrollo del sector

Las principales entidades que vienen desarrollando procesos a favor de los Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios son:

- a. Ministerio de Cultura.
- b. Ministerio de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones —MinTic—
- c. Autoridad Nacional de Televisión —ANTV—
- d. El Fondo para el Desarrollo de la Televisión y los Contenidos —FONTV—
- e. Comisión de Regulación de Telecomunicaciones —CRT—
- f. Agencia Nacional del Espectro —ANE—
- g. Fondo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones —FONTIC—
- h. Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia.
- i. Consejo Departamental de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios.
- j. Red Antioquia.
- k. Red Periodismo de Hoy.
- l. Teleantioquia.
- m. Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.
- n. Empresas Públicas de Medellín.
- o. Alcaldía de Medellín.
- p. Consejo Nacional de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios —CNMCCC—
- q. Asoredes:
 1. Asociación de Medios de Comunicación Local de Envigado.
 2. Asociación de Medios de Comunicación Locales del Aburrá Sur.
 3. Asociación de Comunicadores de Cauca, Transmitir Asociados.
 4. Corporación de Medios del Magdalena Medio —Corpomedios—
 5. Emisoras en Red de Antioquia—Asenred—

6. Corporación Oriente Teve.
7. Asociación de Corporaciones de Comunicación Comunitaria del Suroeste Antioqueño —Ecosura—
8. Asociación de Comunicadores Comunitarios del Suroeste —Surcom—
9. La Red de Medios de Occidente.
10. Asociación de Medios de Urabá —Asumedios de Urabá—
11. Asociación de Medios Impresos y Virtuales de Antioquia.
12. Cooperativa Multiactiva de Televisión Comunitaria —Comutv—
- r. Otras asociaciones o redes relacionadas con el tema de la comunicación comunitaria son:
 1. Asociación Audiovisual, Videojuegos y Animación —AVA—, entidad privada, que agrupa algunas empresas productoras de la región (Medellín y Valle de Aburrá), gestionando apoyos con empresas de la región.
 2. Red de Periodistas por el Desarrollo Sostenible motivada por EPM en el Encuentro Nacional de Comunicadores Comunitarios.
 3. Corporación de Medios del Aburrá Norte —Comunnorte Medios—, cuyo lema es "Comunicación integral para el desarrollo".
 4. Asociación de Medios de Comunicación del Norte de Antioquia —Redenorte—, que agrupa a emisoras de los municipios San Pedro de los Milagros, Belmira, Yarumal, San José de la Montaña, Entrerriños, Valdivia, Briceño, Campamento y Gómez Plata. La red ubica recursos comunes para consecución de equipos, formación y apoyo a las emisoras agrupadas.
 5. Red de medios de comunicación del Oriente Antioqueño, —REDORIENTE—.
 6. Asociación de Medios de Comunicación del Suroeste Antioqueño, —RedeSur—, que aúna 14 canales de televisión en el suroeste antioqueño llamado RedeSur Noticias.
 7. Asociación Campesina de Antioquia —ACA— (Escuela de Realización Audiovisual y el Observatorio Audiovisual e Investigativo sobre Procesos Comunitarios y de Resistencia).



 Fiesta de la Cultura de Antioquia, 2013

8. Cooperativa Multiactiva de Televisión Comunitaria —COMUTV—, que se destaca por la realización anual de la feria Expo Comutv, y el Festival Nacional de Televisión comunitaria.

4.4 Mecanismos y fuentes de financiación

Algunas de las fuentes de apoyo y financiación que pueden ser aprovechadas para la operatividad del Plan son:

- a. Recursos nacionales del presupuesto de la Nación, asignados a los proyectos nacionales que ejecuta el Ministerio de Cultura.
- b. Participación de los ingresos corrientes de la Nación a departamentos, municipios y distritos.
- c. Transferencias de los ingresos corrientes de la Nación para apoyar instituciones públicas y privadas.
- d. Recursos de proyectos específicos de otros ministerios e instituciones, Ministerio de las Tic, Ministerio de Educación, Fondo Nacional de Regalías, Colfuturo, Colciencias, Banco de la República, entre otros.
- e. Recursos propios generados por la estampilla Procultura.
- f. Impuestos a espectáculos públicos (Ley 1493 de 2011).
- g. Ventas de servicios o productos ofrecidos por entidades del sector.
- h. Recursos internacionales, por estímulos.
- i. Gestión de convenios de cooperación internacional.
- j. Aportes del sector privado.
- k. Sistema General de Participación —SGR—.
- l. Impuesto al consumo a la telefonía móvil.
- m. Programa Nacional de Concertación Cultural.
- n. Programa nacional de estímulos culturales.
- o. Incentivos tributarios.

- p. Fuentes indirectas locales y nacionales.
- q. Recursos propios de otras entidades territoriales.

Dado el auge de proyectos mineros, hidroeléctricos, viales, agroforestales y otros megaproyectos en el territorio antioqueño y también en el nacional, vale la pena reivindicar que se hagan estudios del impacto cultural de dichas intervenciones conminando a las empresas a desarrollar proyectos culturales orientados a la mitigación de sus impactos. En una estrategia de este orden, las artes tendrían un lugar importante.

La implementación de formas de economía social y solidaria puede contribuir a abaratar costos, a generar solidaridad a través del arte y a atraer recursos comunitarios usando mecanismos de trueque.

La gestión para la consecución de recursos por medio de estas fuentes, requiere un estudio previo por parte de los administradores públicos, gestores culturales, los propios medios ciudadanos y comunitarios, y todos aquellos que tengan en sus manos la gestión del Plan.

4.5 Recomendaciones específicas

Las siguientes son recomendaciones surgidas de las distintas fases del proceso de formación a los candidatos a las consejerías al interior de la movilización *Antioquia Diversas Voces*; reuniones con el Consejo Departamental de Cultura de Antioquia, el Consejo Departamental de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios; diálogo con expertos, entrevistas, talleres regionales y otras fuentes.

a. Establecimiento de acciones de gestión que garanticen el cumplimiento del Plan

Para la gestión del Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria es necesaria la implicación al máximo de la infraestructura del gobierno departamental; de la Secretaría de Educa-

ción con sus programas y el apoyo de las distintas instituciones educativas y centros educativos rurales, en cada municipio; del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid con sus programas (en especial Comunicación Audiovisual) y sus grupos de investigación; de la Universidad de Antioquia con la Facultad de Comunicación, sus sedes regionales, su Sistema de Radio Educativa, su centro de producción de televisión; de los Parques Educativos; del canal Teleantioquia, con sus conocimientos y recursos técnicos.

Es importante buscar fórmulas para brindar asesoría jurídica y apoyo a la gestión de recursos financieros para la sostenibilidad de los medios y la ayuda en los trámites que deben realizar ante los organismos de control del Estado en Bogotá.

b. Formación integral de los comunicadores ciudadanos y comunitarios

Cuando se especifica la integralidad en la comunicación, se quiere decir que mucho más allá del aprendizaje instrumental del manejo de los medios, la formación debe generar en los comunicadores sentidos éticos y humanistas. Una formación en lo comunitario para lo comunitario, que permita la comprensión y transformación de la realidad en ejercicio de la ciudadanía democrática cultural. En tal sentido, la formación de los medios debe considerarse un asunto de formación en democracia y participación.

La formación según se plantea en las regiones, deberá tener varios enfoques:

1. Una formación técnica que permita el correcto manejo de los equipos, las destrezas y los lenguajes.
2. Una formación en administración de procesos y gestión de recursos, que permita la formulación y ejecución de los proyectos (de creación, producción y circulación), y para futuros intercambios internacionales de conocimiento.
3. Formación sobre la normatividad y las políticas a nivel nacional.
4. Formación humanística, que permita en-

tender la importancia humana del medio y genere argumentos y contenidos útiles al desarrollo de la cultura y las comunidades.

5. Formación sociológica que permita entender las distintas dinámicas que actúan en la sociedad, desde las perspectivas económicas, políticas, sociales, ambientales y culturales. Es necesario también el conocimiento en estrategias de preservación y salvaguarda de contenidos.

El Sena es la entidad que más posibilidades podría ofrecer en la formación de los comunicadores municipales, tanto por la calidad de sus procesos como por la flexibilidad de sus formatos. El Sena viene generando un movimiento importantísimo en el Magdalena Medio desde su programa Jóvenes Emprendedores Rurales, al fomentar unidades productivas alrededor de la creación audiovisual (del cual ha surgido un importante festival de cine en Puerto Berrío). Igualmente ha venido ofreciendo cursos de radio comunitaria. Un instructivo en tecnología de comunicación comunitaria que se realizó en Ibagué, sirvió para profesionalizar a muchas personas que ejercían empíricamente en esa región. Una formación integral como la descrita, sería recomendable para ponerla al servicio de los comunicadores ciudadanos y comunitarios de Antioquia.

Es muy importante la continuación del proyecto Red Antioquia de la Gerencia de Comunicaciones de la Gobernación, ya que se está convirtiendo en un componente fundamental en la formación y además en la articulación de los comunicadores ciudadanos y comunitarios.

Comprometer a las universidades y centros formativos por medio de alianzas en favor de la comunicación comunitaria. Ello se puede concretar en el apoyo a semilleros de comunicación ciudadana y comunitaria, realización de talleres y diplomados regionales, desarrollo de grupos de investigación en medios de comunicación ciudadana y comunitaria que hagan de observatorios de los medios, entre otros.



 Formulación de los planes sectoriales de las artes y la cultura, Suroeste, 2013

Se espera que los procesos formativos sean integrales y no solo capacitaciones puntuales. En esta perspectiva, es necesario experimentar otras formas de adquisición del conocimiento, mediante el diseño de estrategias flexibles que vayan más allá de los espacios y los títulos académicos. Las personas pueden también aprender manejo de medios y de creación de contenidos en la práctica, entre amigos y fuera de lo institucional. La formación exige salir a los barrios, usar redes sociales y la capacitación permanente más allá de los horarios de clase.

Se recomienda vincular como docentes en la formación de los comunicadores a los nuevos egresados de comunicación de las regiones y a los comunicadores comunitarios con experiencias exitosas.

Motivar a las instituciones educativas y centros educativos rurales para crear en su currículo el componente de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios.

Articular el componente de comunicación comunitaria a los planes educativos institucionales y municipales, y a los planes educativos comunitarios de las comunidades indígenas.

Es estratégico priorizar procesos de formación en comunicación comunitaria de niños, adolescentes y jóvenes, con el fin de estimular y formar nuevos liderazgos y garantizar una generación de relevo, aspecto fundamental para la sostenibilidad de los procesos.

Acorde con la línea programática del Plan Departamental de Cultura 2006-2020 *Antioquia en sus Diversas Voces*, relacionada con programas de intercambio cultural y educativo, es necesario promover trueques y pasantías interregionales. Se propone fortalecer los medios que están surgiendo, con el apoyo de los consolidados, generando además reciprocidad de procesos entre las regiones, procurando el aprovechamiento de la cooperación internacional a fin de favorecer la movilidad de los actores del sector en este ámbito.

Debe aprovecharse la infraestructura física de los medios locales a manera de laboratorios de aprendizaje y gestionar el apoyo decidido de los canales públicos que tienen trayectoria regional: Teleantioquia, Telemedellín, Canal U, Canal Zoom, y el sistema de Radio Educativa de la Universidad de Antioquia.

Para un adecuado desarrollo de la comunicación ciudadana, es recomendable que el canal de televisión Teleantioquia tenga una presencia más permanente en todas las regiones del departamento, con el fin de coordinar las corresponsalías, formar el capital humano en competencias comunicacionales y técnicas, generar programas de televisión y cine con jóvenes de las regiones y ofrecer servicios de producción televisiva, audiovisual y cinematográfica, mediante diversas actividades orientadas a la producción regional.

c. Fomento a la creación de contenidos propios

La política nacional de comunicación y cultura, en el componente de fortalecimiento del sistema de televisión pública advierte que:

“Avances tecnológicos como la TDT le permitirán al país ver en un corto plazo más canales de televisión propios. Sin embargo, si no se amplía proporcionalmente la capacidad creadora de los realizadores para generar programación, las parrillas de todos los canales seguramente acudirán a programación extranjera o a formatos de televisión que no consultan realmente con las más profundas motivaciones de los colombianos”.

En la política de cultura digital, se agrega:

“La propuesta desde el Ministerio de Cultura consiste en garantizar que esos canales contengan gran cantidad de producción de TV colombiana, propia, pertinente, que incida positivamente sobre nuestras maneras de percibir el mundo”. (Ministerio de Cultura, Compendio de Políticas Culturales, 2010).

Estas disposiciones de las políticas naciona-

les, pueden ser extrapoladas no solo hacia la televisión sino hacia los demás medios.

d. Fomento a la circulación de contenidos

El Plan Departamental de Cultura de Antioquia en su línea 63, propone:

“Fortalecer los circuitos de intercambio cultural y de circulación de bienes y servicios culturales, para el reconocimiento y la valoración de las especificidades culturales de las subregiones.”

El estímulo al talento creativo en medios debería contemplar la circulación de los ganadores por los canales públicos y los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios. Como aporte a esta articulación de contenidos se recomienda que el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia produzca contenidos (televisivos, radiales y escritos) que circulen en los medios locales como una forma de hacer presencia institucional y de divulgar las políticas culturales.

e. Mejoramiento de las condiciones de producción

Un estímulo radical a la creación y producción de contenidos en las regiones del departamento, daría la posibilidad para que el canal departamental Teleantioquia instalara en cada región un centro de producción de televisión que permitiera, además de la producción y la experimentación de los comunicadores locales, contar con verdaderos laboratorios de medios y de creación audiovisual y cinematográfica.

Se recomienda la renovación de los medios, ofreciendo oportunidad a los estudiantes recién egresados de adelantar nuevos proyectos comunicativos, que ayuden a cualificar el gremio.

f. Estímulo a la articulación de medios y comunicadores

El Plan de Cultura de Antioquia, en su línea programática 21, propone: “Promover el desarrollo de diálogos interregionales que hagan posible el reconocimiento de una

Antioquia rica en diversidad y convergente en propósitos comunes". Es otra estrategia que convoca, sin duda, a la realización de coproducciones entre municipios o regiones.

Para generar comunidad y gremio, es imprescindible la organización anual, permanente y constante, de encuentros, festivales, ferias, concursos y las demás estrategias de cohesión que sean posibles y que sin duda, contribuirían a generar la articulación necesaria del sector.

g. Estímulo a la apropiación y participación social

Este componente va dirigido en varios sentidos:

1. ¿Qué tan útil y pertinente es el medio en su comunidad?
2. ¿Cuál es el nivel de aceptación y acogida que tiene el medio dentro de la comunidad? y, ¿cómo estimular esta aceptación?
3. ¿Qué tan incluyente es el medio?
4. ¿Qué incidencia tiene el medio en la participación ciudadana y comunitaria de la población? Dicho de otra manera, ¿cómo el medio contribuye a que la "población" se convierta en "comunidad"?

Es necesario visibilizar a los medios y empoderar a los comunicadores en el ámbito municipal, en aras de su fortalecimiento, pero también en la protección de su integridad física, dadas las amenazas que los conflictos sociales pueden generar en algunas regiones. Lograr para ellos un respeto social similar al que se le tiene a las misiones médicas. Esta visibilización regional que conlleve al respeto de su labor, deberá realizarse también con los consejeros de cultura (departamental, de área o municipales), aliados claves en el desarrollo cultural de las regiones.

Se propone que el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia lidere en la televisión regional un programa que permita visibilizar las iniciativas culturales comunitarias, hecho

de manera colaborativa con los medios comunitarios de cada región. Tendría una periodicidad semanal, posiblemente con formato de revista articulada por microdocumentales.

En coherencia con el enfoque poblacional y el diferencial de este Plan, los medios deben ser, además, puentes para la integración de las zonas más lejanas y de las personas más excluidas del ámbito municipal. A través de los medios se deberá integrar a la población rural y campesina, a las personas en situación de desplazamiento, a la población en condición de discapacidad, y a las etnias indígenas y grupos afrocolombianos, vinculándolos a la creación y análisis de contenidos de los diversos medios de comunicación.

Es estratégico incorporar a los procesos culturales y mediáticos a niños y jóvenes, por ser población prioritaria en el desarrollo cultural de las regiones, así como promover el liderazgo y la participación cultural de las mujeres. Igualmente, los medios deberán vincularse a los procesos culturales municipales.

El Plan Departamental de Cultura en su línea programática 59 propone "Incentivar la creación de nuevas experiencias de comunicación ciudadana en los ámbitos escolares e informales: medios escolares, pregoneros, periódicos murales, entre otros". Con este lineamiento se propone la conformación de colectivos de comunicaciones donde participen estudiantes de las instituciones educativas a quienes se les brinde formación para que sean los corresponsales de diferentes medios.

h. Articulación intersectorial e interinstitucional

Desde un enfoque de intersectorialidad e interinstitucionalidad, se considera importante una acción de los medios en relación con las diversas expresiones culturales y diferentes entidades que conforman la vida cotidiana de los municipios.

Las casas de la cultura y las bibliotecas públicas son espacios en donde la comunicación debe estar presente y sería positiva

la articulación con ellas. Las bibliotecas pueden generar medios comunitarios como estrategia del servicio de información local.

Se insiste igualmente en la necesaria articulación con las secretarías de educación y por medio de éstas, con las instituciones educativas y las entidades de educación superior.

Una articulación amplia de este sector se deberá dar con el de la creación audiovisual y cinematográfica, ya que el crecimiento de éste, fortalecerá la producción televisiva, en cuanto a conocimientos, equipos y técnicas, y posibilitará contenidos propios para transmitir. A su vez, al sector audiovisual le convendría tener en la televisión un canal de circulación y en los demás medios, una tribuna para las actividades que giran alrededor de la creación audiovisual, tales como cursos, festivales, encuentros, entre otros.

i. Preservación de contenidos

La memoria es fundamental en la construcción de las sociedades. Las imágenes, sonidos, textos de hoy, son los registros históricos de mañana. Son los vestigios que enseñan a las generaciones futuras cómo

éramos; permiten construir sentido de continuidad histórica, nos recuerdan los orígenes comunes y generan sentidos de identidad colectiva.

Los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios deberán convertirse en guardianes de la memoria audiovisual, fotográfica, sonora y escrita de las comunidades, a partir de los contenidos que ellos mismos producen o de contenidos producidos por otras instancias.

Una tarea fundamental en este sentido es proteger los archivos de los diferentes medios, así como de las diversas convocatorias a festivales y concursos de medios de comunicación o de creadores audiovisuales, tales como el archivo de las convocatorias Antioquia Para Verte Mejor, que realiza anualmente la Caja de Compensación Familiar Comfenalco, entre otras. Al efecto, es importante asignar al Archivo Histórico Departamental y a los archivos municipales, la misión de conservación de lo producido en los medios locales.





Formulación de los planes sectoriales de las artes y la cultura, 2013

BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía de Medellín. (1991). *Plan de Desarrollo Cultural de Medellín*. Medellín: Secretaría de Educación y Cultura.

Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitución Política de Colombia*. Bogotá: Gobierno Nacional.

Canclini, N. G. (1987). *Políticas culturales en América Latina*. México: Grijalbo.

Castillo, A. P. (s.f.). *Historia de la televisión*. (en línea). Recuperado el 23 de noviembre de 2013 de <http://www.asociacionplazadelcastillo.org/Textosweb/Historiadelatelevision>

Castrillón Roldán, J. (2013). *Cultura Viva Comunitaria, Visibilización de un enfoque alternativo para la gestión cultural*. Medellín: Corporación Cultural Canchimalos.

Comfama. (2005). *Consultoría para la Estructuración de una red de medios de comunicación orientada a la convivencia ciudadana de Medellín y sus corregimientos*. (en línea). Medellín: Autor. Recuperado el 18 de octubre de 2013 de <http://es.scribd.com/doc/6919283/MEDIOS-DE-COMUNICACION-ALTERNATIVOS-PARA-LA-CONVIVENCIA>

- Gobernación de Antioquia. (2006). *Plan Departamental de Cultura, Antioquia en sus Diversas Voces 2006-2020*. Medellín: Autor.
- Gobernación de Antioquia. (2011). *Plan Departamental de Desarrollo, Antioquia la más Educada 2012-2015*. Medellín: Autor.
- Martín Barbero, J. (1993). *La comunicación en las transformaciones del campo cultural*. *Alteridades*, 59-68. (en línea). Recuperado el 15 diciembre de 2013 de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/401106/401106_HISTORIA%20DE%20LA%20COMUNICACION/UNIDAD_3_PDF/LECTURAS%20UNIDAD%203%20PDF/La%20comunicacion%20en%20las%20transformaciones%20LECTURA%2015.pdf
- Martín-Barbero, J. (2000). Las transformaciones del mapa cultural: una visión desde América Latina. *Revista Latina de Comunicación Social*, 26. (en línea). Recuperado el 29 de noviembre de 2013 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000vfe/barbero.html>
- Martín Barbero, J. (2008). Comunicación y culturas en América Latina. *Revista Anthropos. Huellas del Conocimiento*, p.219. (en línea). Recuperado el 18 de diciembre de 2013 de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/mediars/BibliotecaMS/files/cfd623e8fd1c0179381fdbd2f6d5acfe-6.html>
- Ministerio de Cultura de Colombia (2001). *Plan Nacional de Cultura 2001-2010: Hacia una ciudadanía democrática y cultural*. Bogotá: Autor.
- Ministerio de Cultura de Colombia (2005). *Plan Nacional de Cultura y Convivencia*. Bogotá: Autor.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Colombia. (2008). *Plan Nacional de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. Bogotá: Autor.
- Ley 397 de 1997. Ley General de Cultura. Bogotá: Diario Oficial de la República de Colombia.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2001). *Declaración Mundial de la Unesco sobre Diversidad Cultural*. París: Autor.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2003). *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural*. París: Autor.
- Rey, G. (Comp.). (2010). Política de Comunicación / Cultura. *Compendio de políticas culturales*. Bogotá: Ministerio de Cultura, p.463
- Rodríguez, C. (2009). *De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término*. (en línea). Recuperado el 19 de diciembre de 2013 de: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/>
- Rodríguez, E. (1998). Algunas anotaciones para una posible historia de la televisión local y comunitaria en Colombia. Panorama de la televisión local y comunitaria en Colombia. *Señales de Humo*. Bogotá: V.1 fasc. F. S. Comunicaciones, Ed.
- Ruiz González, N. (2013). *Hacia una política de medios comunitarios y ciudadanos en Medellín*. Tesis de grado en Comunicación Social: Medellín: Fundación Universitaria Católica del Norte.
- Sáez Baeza, C. (2008). *Tercer Sector de la Comunicación. Teoría y praxis de la televisión alternativa. Una mirada a los casos de España, Estados Unidos y Venezuela*. (en línea). Barcelona: Departament de Periodisme de la Facultat de Ciències de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado el 14 de diciembre de 2013 de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4212/csb1de2.pdf?sequence=1>
- Sáez Baeza, C. y Barranquero, A. (2010). *Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación*. Sección: Teorías y métodos de investigación en comunicación. (en línea). Málaga. Recuperado el 14 de diciembre de 2013 de <http://orecomm.net/wp-content/uploads/2010/01/AEIC-Barranquero-Saez.pdf>
- Telléz G., M. P. (2003). *La televisión comunitaria en Colombia entre la realidad y la utopía*. (en línea). Bogotá: Imprenta Nacional de Colombia.

Recuperado el 20 de noviembre de 2013 de http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/cs_umesp/article/viewFile/199/157

Valle Flórez, M. M. (2012). Medios Alternativos de Medellín: Diagnóstico 2005 2006. *Revista Virtual Luciernaga* año 4, pp. 51-57

Velásquez Betancur, J. A. (15 de julio de 2012). *Surgimiento del periodismo en Antioquia, Historia de Antioquia, medios de comunicación, reseña histórica del periodismo en Antioquia*. (en línea). Recuperado el 18 de diciembre de 2013 de: www.historiadeantioquia.info

Vélez, R. y Polanco, M. V. (2004). Políticas para la radiodifusión en Colombia. *Serie de cuadernos de política sectorial* N°. 3. Bogotá: Ministerio de Comunicaciones.

Zapata Cuéncar, H. (1981). *Antioquia, Periódicos de Provincia*. Medellín: Lealón.

Referencias virtuales

Agencia Nacional del Espectro. (<http://www.ane.gov.co>)

Asociación Campesina de Antioquia. (<http://www.comunicaciones.acantioquia.org>)

Autoridad Nacional de la Televisión. (<http://www.antv.gov.co>)

Canal Tro. (<http://www.canaltro.com/>)

Comisión de Regulación de Comunicaciones. (<http://www.crcm.gov.co>)

Cooperativa Multiactiva de Televisión Comunitaria. (<http://www.comutv.org>)

Gobernación de Antioquia. (<http://www.antioquia.gov.co>)

Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia. (<http://www.culturantioquia.gov.co/>)

Ministerio de Cultura. (<http://www.mincultura.gov.co>)

Ministerio de las Tic. (<http://www.mintic.gov.co>)

Plan Estratégico de Antioquia. (<http://www.planea.org>)

Radio Televisión Colombia. (<http://www.rtv.gov.co>)

Red Periodismo de Hoy. (<http://periodismodehoy.ning.com>)

Secretaría de Educación de Antioquia. (<http://www.seduca.gov.co>)

Teleantioquia. (<http://www.teleantioquia.co/>)

Telecafé. (<http://www.telecafe.gov.co/>)

Telecaribe. (<http://www.telecaribe.com.co>)

Telepacífico. (<http://www.telepacifico.com/>)

Unesco. (<http://www.unesco.org>)

Universidad de Antioquia. (<http://www.udea.edu.co>)











Instituto de Cultura y
Patrimonio de Antioquia



En alianza con:



UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA
1803

Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria 2014-2020

