



# Plan departamental de **Comunicación Ciudadana y Comunitaria**



2023-2035



GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA



UNIDOS





 Plan departamental de  
**Comunicación Ciudadana  
y Comunitaria**   
2023-2035 

©Gobernación de Antioquia  
©Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia  
Derechos reservados  
ISBN: 978-628-96038-1-1

**Gobernación de Antioquia**  
Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia

**Gobernador**  
Aníbal Gaviria Correa

**Director del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia**  
Juan Correa Mejía

**Subdirectora de Planeación**  
Lina Marcela Zapata Zuluaga

**Subdirector de Patrimonio y Fomento Artístico y Cultural**  
Juan David Mejía Mejía

**Subdirectora Administrativa y Financiera**  
Tatiana Correa Sánchez

**Asesora de Dirección**  
Astrid Giraldo Gómez

**Líder Área de Comunicaciones**  
Mariana María Parra Escobar

**Dinamizadora Área de Comunicación Ciudadana y Comunitaria**  
Ana Isabel Rivera Posada  
Autora de la investigación y los textos

**Universidad de Antioquia-Facultad de Artes**

**Decano**  
Gabriel Mario Vélez Salazar

**Jefatura de Extensión**

Marcela Isabel Trujillo Quintero

Deisy Jhoana Piedrahita Berrío (febrero 18 de 2020 - julio 30 de 2023)

**Equipo Formulador Plan Departamental de Cultura y 8 Planes de Áreas Artísticas y Culturales****Coordinadora General**

Gloria Andrea Echeverri M (Goya Echeverri)

**Apoyo a la Coordinación**

Ángela Patricia Orozco Toro

**Coordinadora Académica**

Lucía Arango Liévano Ph.D.

**Apoyo a la Coordinación Académica**

Maira Alejandra Quintero López

**Coordinadora de Comunicaciones**

Estefanía Preciado Santa

**Apoyo en Comunicaciones**

Laura Mesa Múnera

**Dinamizador étnico afro**

Farit Enrique Mena Moreno

**Dinamizadora étnica indígena**

Luz Jovana Niaza Tamanis

**Dinamizadora de patrimonio**

Ximena María Urrea J

**Sistematización, apoyo a la edición y corrección de estilo**

Eisen Hawer López Chica

**Edición y corrección de estilo**

Beatriz Elena Arroyave Betancur

**Equipo de apoyo territorial****Coordinación logística**

Alejandra Morales Carmona

**Coordinación territorial**

Leidy Marcela Galeano Acosta

## **Consejo Departamental de Medios Ciudadanos**

Leidy Carolina Giraldo Montoya (Oriente)  
Hugo Ferney Ortega Jiménez (Magdalena Medio)  
Eder Rafael Navarro Díaz (Bajo Cauca)  
Dewar Ortiz Díaz (Urabá)  
Claudia Marcela Londoño Ríos (Valle de Aburrá)  
David Fernando Molina Parra (Suroeste)  
Fernando Lopera (Norte)  
Freiman de Jesús Gómez Toro (Nordeste)  
Juan Guillermo Cano Vargas (Experto Representante ICPA)  
Mariana María Parra Escobar (Secretaria Técnica del Consejo)

## **Fotografías y contenidos audiovisuales**

Archivo fotográfico del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia  
Estefanía Preciado Santa (diseño y diagramación)  
Laura Mesa Múnera (diseño y diagramación)  
David Lainez

**Diseño y diagramación:** Koby Company  
**Impresión y terminación:** Santarosa Publicidad  
**Primera edición:** noviembre de 2023  
**Tiraje:** 200 ejemplares



## **Agradecimientos**

A las voces antioqueñas que aportaron e inspiraron esta construcción colectiva.

A las dinamizadoras y dinamizadores territoriales que movilizaron y conectaron representantes de diferentes sectores culturales, sociales y comunitarios para propiciar un diálogo abierto y participativo en la construcción de estos planes.

A quienes facilitaron la realización de los encuentros en los 125 municipios de Antioquia.

Al equipo humano de la Universidad de Antioquia por su liderazgo en la formulación, orientación académica y metodológica de los planes, en diálogo con las comunidades.

Al equipo humano del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia por dinamizar y fortalecer el desarrollo de los municipios antioqueños a partir del reconocimiento de sus diversidades artísticas y culturales.

Al Gobernador de Antioquia y al Consejo Directivo del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia por promover la cultura como un eje de desarrollo.

Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia  
Palacio de la Cultura Rafael Uribe Uribe  
Carrera 51 No. 52-03 Medellín, Colombia.  
[www.culturantioquia.gov.co](http://www.culturantioquia.gov.co)

Los textos de esta obra pueden reproducirse en todo o en parte, siempre que se cite la fuente.

# Contenido

<b>Antioquia: territorio multicultural</b> .....	9
<b>Presentación</b> .....	11
<b>Introducción</b> .....	14
<b>Comunicación y cultura</b> .....	18
<b>Medios de comunicación</b> .....	20
<b>Medios ciudadanos y comunitarios</b> .....	21
<b>Primera parte: la realidad actual</b> .....	25
1. Contexto general.....	26
2. Legislación.....	29
En el ámbito internacional.....	29
En el ámbito nacional.....	31
Leyes, planes y políticas culturales .....	32
En el ámbito departamental.....	35
3. Diagnóstico .....	37
3.1 Enfoques.....	37
3.2 Fuentes primarias .....	39
3.3 Resultados del diagnóstico .....	42
3.4 Recursos y Financiación.....	42
3.5 Infraestructura y dotación .....	44
3.6 Redes y entidades.....	44
3.6.1 Entidades públicas.....	45
3.6.2 Entidades privada, alternativas y comunitarias.....	46
3.7 Redes y Sistemas de medios.....	48
3.8 Ente departamental: Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia -ICPA-.....	49
3.9 Espacios de participación.....	51
3.10 Patrimonio y memoria cultural .....	52
3.11 Diversidad.....	53
3.12 Perspectiva étnica.....	53
3.12.1 Pueblos Indígenas.....	53
3.12.3 Comunidades NARP (Negros, Afrodescendientes, Raizales, Palequeros).....	54
3.12.4 Otras poblaciones.....	60
3.12.5 Comunicación en el contexto de los en los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET).....	61

4. Procesos .....	63
4.1 Investigación y formación.....	63
4.2 Creación y producción.....	64
4.3 El área en los planes de desarrollo.....	64
5. Megatendencias y contextos globales.....	66
6. Matriz DAFO.....	70
Otros aportes.....	74
Segunda parte: la realidad imaginada .....	80
1. Horizontes 2035.....	82
2. Sueños de la Comunicación Ciudadana y comunitaria en Antioquia .....	84
3. Los retos para la Comunicación Ciudadana y Comunitaria .....	86
Tercera parte: la realidad posible, Plan del Área .....	89
1. Descripción del plan.....	90
2. Objetivos del plan.....	91
3. Cadena de valor de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria .....	92
3.1 Eslabones de la cadena de valor en Comunicación Ciudadana y Comunitaria .....	92
3.1.1 Formación.....	92
3.1.2 Fortalecimiento.....	93
3.1.3 Producción .....	93
3.1.4 Difusión .....	93
3.1.5 Integración o intercambio.....	93
3.1.6 Apropiación social .....	93
3.1.7 Incidencia.....	94
3.1.8 Análisis transversales de las líneas estratégicas.....	94
Cine y audiovisuales.....	94
Patrimonio.....	94
Otros aspectos.....	95
4. Ejes estratégicos, Programas y Líneas de Acción.....	96
5. Metas e indicadores .....	100
6. Fuentes de financiación.....	101
7. Evaluación y seguimiento.....	104
8. Bibliografía.....	106

# Lista de tablas

Tabla 1 Matriz DAFO. Área de Medios ciudadanos y comunitarios .....	70
Tabla 2. Ejes Estratégicos, Programas y Líneas de acción. Plan de Medios Ciudadanos.....	96



# Lista de gráficos

Gráfico 1. Gran tendencia general en la inclusión de proyectos culturales en los planes de desarrollo municipal Departamento de Antioquia .....	65
---	----





## Palabras del Gobernador de Antioquia

### **Antioquia: territorio multicultural**


Nos hemos propuesto reconocer, preservar y valorar la diversidad cultural, patrimonial, poblacional, natural y territorial de Antioquia.

Para hacerlo realidad, debemos desarrollar todo nuestro potencial en la creación artística, cultural y turística, de modo que contribuya a ubicar a nuestro departamento en el foco de las agendas nacionales e internacionales. Así lo concertamos en el más grande diálogo social de nuestra región y quedó reflejado en el quinto pilar de la Visión Antioquia 2040: territorio multicultural. Un propósito que nos impulsa a hacer de la cultura antioqueña, en toda su diversidad, parte integral del desarrollo económico y social de nuestra gente.


El Plan Departamental de Cultura de Antioquia y los 8 planes de áreas artísticas y culturales 2023-2035 son, claramente, movilizados para accionar las ambiciones de este pilar que contienen rutas estratégicas y acciones para responder a los grandes desafíos que en materia cultural tenemos en nuestro territorio.

Está en manos de todos y todas seguir trabajando UNIDOS para hacer de la cultura un eje fundamental para la consolidación de la visión de futuro que nos hemos trazado para el departamento: Antioquia, corazón verde de América. Equitativa, educada, competitiva, sostenible, multicultural y en paz.

**Aníbal Gaviria Correa**  
Gobernador de Antioquia




*Para quienes creen, como nosotros y nosotras, que la cultura es todo aquello que nos une como humanidad y una forma de expandir nuestras libertades...*



*...Para quienes defendemos la diferencia como un lugar de encuentro y el derecho a la cultura como la vida misma...*

*El Plan Departamental de Cultura de Antioquia y los ocho planes de áreas artísticas y culturales 2023-2035 son la carta de navegación para el futuro de la cultura en nuestro Departamento y una brújula que orienta su aporte a la esperanza de un futuro en paz.*





# **Una cultura que alimente la esperanza de un futuro en paz**



La vida está compuesta de sueños. No de los que nos llegan en las noches o en las horas en que cerramos los ojos y emprendemos el viaje a un mundo onírico, a una dimensión desconocida en donde lo inverosímil resulta factible. Hablamos de los sueños que nos mantienen el espíritu vivo, de los que nos alimentan el anhelo de vivir, de conocer, de saber, de intentar lo que pareciera imposible.

Las posibilidades de nuestro mundo actual han nacido de un sueño: un día alguien imaginó que podíamos iluminar el mundo sin la mediación del fuego e inventó la bombilla; otros anhelaron surcar los cielos y entonces inventaron el avión; otros quisieron plasmar el pensamiento, las ideas, la palabra, en algo más que piedra y entonces se inventaron el papel; unos más quisieron democratizar y expandir el conocimiento a todas las sociedades y eso alentó la aparición de la imprenta.

Podríamos llegar hasta nuestros días evocando el futuro que hemos podido construir a partir de soñarnos un presente diferente. Hoy queremos hacerlo de la mano de la cultura, partiendo de la convicción de que en ella reside la posibilidad de unirnos y pensarnos en colectivo.

El documento que ahora tiene en sus manos es una invitación a soñar con eso que nos atraviesa y nos compone como seres únicos, que nos hace ser, pensar y actuar de diversas formas, eso a lo que llamamos “cultura” y que, al reconocerse en la diversidad y multiplicidad de formas, nos invita a conjugarla en plural: las culturas.

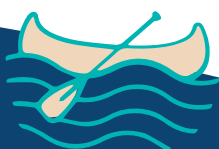
Porque atreverse a imaginar otras realidades que por múltiples razones nos han sido negadas o esquivadas es lo que nos ha permitido avanzar. Desde la formulación de las Bases para el Desarrollo Cultural en 1986, Antioquia ha sido pionera en los procesos de planeación cultural del país y se ha posicionado como referente nacional en este ámbito. Hoy, de la mano de la experiencia recogida y de las lecciones aprendidas, desde el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, ICPA, asumimos el reto de plantear modelos flexibles e innovadores de planeación que motiven la adhesión de toda la ciudadanía para identificar y superar conjuntamente los factores que limitan mayores logros en el quehacer cultural del departamento.

El Plan Departamental de Cultura de Antioquia y los ocho Planes de Áreas Artísticas y Culturales 2023-2035 representan la multiculturalidad de Antioquia. Están articulados desde su esencia con el Plan Nacional de Cultura “Cultura para la protección de la diversidad de la vida y el territorio”, así como con la Agenda Antioquia 2040 en su pilar 5 denominado “Territorio multicultural”. Buscamos integrarnos a las agendas nacionales e internacionales y a hacer de la cultura antioqueña, en toda su diversidad, parte integral del desarrollo económico y social del departamento.

En estos planes están plasmados los sueños de 5.279 personas que se atrevieron a imaginar universos posibles, un cosmos donde conviven comunidades ribereñas y costeras, indígenas y montañeras, afros y mestizas, campesinas y ciudadinas, hombres, mujeres y personas y sectores sociales LGBTIQ+ con orientaciones e identidades de género diversas, que constituyen las culturas que le dan vida, color y forma a Antioquia.

Al igual que las culturas, estos planes son dóciles, adaptables, dinámicos. No se trata de documentos inertes e inmodificables, sino de guías flexibles que deben adaptarse a las condiciones de cada territorio, a sus necesidades, contextos y realidades.

Buscamos con ellos potenciar la cultura como una forma de expandir nuestras libertades, así como fortalecer las diferentes manifestaciones artísticas como un lenguaje para la expresión individual y colectiva, libre y respetuosa con las demás libertades; interpelar a la sociedad desde sus orígenes, las memorias y las raíces, para entender el presente que vivimos y construir un futuro armonioso no solo entre personas, sino con el entorno, el ambiente y la naturaleza.





Estos planes deben permitirnos entender que la verdadera riqueza de una sociedad se encuentra en su pluralidad, en las variadas formas de hablar, en sus lenguajes, acentos, modismos y jergas; en el vestir; en la multiplicidad de sabores de la gastronomía; en el eco de todas las músicas que resuenan en el Departamento; en los trajes y pasos de las manifestaciones dancísticas; en las realidades narradas en el teatro, en las producciones literarias que cuentan la historia de nuestra tierra y en las bibliotecas que se convierten en espacios activos donde cobran vida esas historias; en sus festividades, carnavales, y rituales, que permiten el encuentro ciudadano y el disfrute de los derechos culturales; en el cine, la radio y la televisión que dan cuenta de toda la riqueza cultural que nos define.

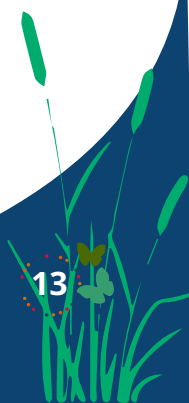


Será tarea de todos y todas, en el ejercicio de una ciudadanía empoderada, propositiva, incluyente y plural, no solo el conocimiento, sino la apropiación y la transmisión de estos saberes que aporten al fortalecimiento de nuestras culturas y que a través de ellas podamos alimentar la esperanza de un futuro en paz.

**Juan Correa Mejía**

Director

Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia



# Introducción







2

Foto: Archivo fotográfico ICPA

A pesar de su importancia y de su labor estratégica para el desarrollo de todas las manifestaciones artísticas y culturales, el sector de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria vive diferentes dificultades. Debilidades en la sostenibilidad económica, ausencia de condiciones técnicas para producir contenidos, amenazas a la integridad que impiden su labor en los territorios, desconexión de las dinámicas culturales de las subregiones, desarticulación con sus pares o ausencia de redes de trabajo conjunto, además de una sensación de invisibilidad de sus acciones a nivel departamental, son algunos de los principales problemas que hoy afectan al sector de los medios y procesos de comunicación ciudadanos y comunitarios en Antioquia. Solamente esas dificultades ya plantean una necesidad, urgente, de congregarse al sector alrededor de una herramienta que sirva de carta de navegación para orientar las acciones de todos los actores involucrados en el corto, mediano y largo plazo.

El Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria 2023-2035 es el documento que señalará el norte para los procesos y medios de comunicación ciudadanos y comunitarios existentes en los municipios de las nueve subregiones del departamento de Antioquia, los cuales son producidos o dirigidos por comunicadores profesionales, empíricos o aficionados independientes.

Dicho Plan contiene estrategias, programas y proyectos para la consolidación de procesos comunicativos desarrollados en formatos como periódicos, revistas o boletines de circulación constante; emisoras de radiodifusión sonora, canales de televisión comunitaria con alcance local; medios virtuales (digitales) que producen contenidos locales como blogs, emisoras o televisión virtual y otros no convencionales como fanzines (publicaciones temáticas realizadas por y para aficionados a un determinado fenómeno cultural), murales (grafitis), carteleras, difusión mediante megáfono o medios escolares, con periodicidad constante.

Por último, se mencionan los llamados medios de comunicación emergentes, nacidos con posterioridad a la Internet y a la creación de las redes sociales a partir de 1997 (Facebook, 2004; YouTube, 2005; Twitter, 2006; WhatsApp, 2009; Instagram, 2010; Telegram, 2013 y TikTok, 2016 y con el futuro abierto a la creación de nuevas redes). Aquí están las transmisiones en vivo (conocidas como streams) a través de Facebook, YouTube, Instagram, Twitter e incluso Telegram; los llamados reels (bobinas o carretes) a través de Instagram, que no son más que cortos en video y las historias en imágenes o videos que también pueden publicarse en YouTube y Facebook, con una permanencia de 24 horas. Recientemente, aparece TikTok, que empieza a convertirse en una red de amplia expresión y posibilidades para públicos cada vez más jóvenes.



Además de los formatos aquí mencionados, hay géneros, maneras de comunicar, piezas, manifestaciones, productos artísticos y culturales que se cruzan con algunas otras áreas como música, danza y cine y audiovisuales y también hacen parte de las formas como las comunidades se comunican. Hablamos de hip-hop, rap, cantos ancestrales de las comunidades indígenas, alabaos u otros de la población afro, clips, documentales, cortometrajes y largometrajes, además de videos para YouTube, Facebook, Instagram y ahora TikTok.

Estos formatos se han popularizado, mucho más después de la pandemia por Covid-19 y, aunque no son medios de comunicación como tales en el sentido estricto que se conocía hasta ahora, evidentemente están siendo utilizados para comunicar diferentes contenidos, especialmente por parte de los jóvenes o grupos de población diferencial como indígenas, afrodescendientes, mujeres y la comunidad LGBTIQ+... De igual manera, estas nuevas opciones han sido parte fundamental de procesos sociales, culturales y políticos en el país de manera reciente (caso del estallido social en Colombia, en 2021), pues a través de ellas se visibilizó la situación real del paro nacional y las protestas en las principales ciudades de Colombia.

También es importante mencionar que el sector de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria en Antioquia tiene hoy, como todo el resto del planeta, influencia de la Inteligencia Artificial (IA), la cual se explicará más adelante.



# Comunicación y cultura



Para este Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria 2023-2035, se entiende la comunicación como un proceso integral, dinámico, con vida propia, además de fundamental para el diálogo intercultural en el Departamento de Antioquia y no solamente como un instrumento de difusión de mensajes. Tal cual lo expresa el Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria anterior (2014-2020), “Como acto, la comunicación va mucho más allá de la transmisión de información y de los datos que contiene. Comunicar es ‘poner en común’ (...) 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” (Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia – Gobernación de Antioquia, 2014, p. 24).

Por su parte, el Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011-2020 es uno de los pocos planes culturales (aunque ya no vigente) que reconoce la comunicación como una dimensión fundamental de la cultura, le otorga incluso empoderamiento en una línea explícita dentro del plan y agrega que la comunicación aporta no solo a los procesos de producción de contenidos sino a la circulación y apropiación de sentidos.

Al concepto anterior se suma la visión de la comunicación expresada en la Política de Comunicación y Cultura del Ministerio de Cultura, según la cual, “Entendemos la comunicación como el proceso de producción, circulación y puesta en juego de sentidos. Esta definición exige el reconocimiento de la diversidad, en tanto la comunicación estaría dada por la posibilidad de todos los actores sociales de poner en circulación sus intereses, mensajes y sentidos. Esto quiere decir que nunca se comunica sólo 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. Si comprendemos la comunicación como un proceso complejo de construcción colectiva de sentidos, estamos superando la comprensión generalizada de

comunicación que la asocia con un proceso simple, técnico, de entrega y recepción de mensajes” (Política de Comunicación/Cultura, 2010, p. 3).

Es clara la interacción, a modo de complemento, de Comunicación y Cultura, teniendo en cuenta que la primera activa, permite y propicia el intercambio social entre las personas y las organizaciones, pero también, los medios de comunicación son los canales a través de los cuales se muestra y se expresan la producción cultural, la memoria, los saberes, la historia local, las manifestaciones culturales y todas sus dinámicas.

Todo lo anterior lo complementa el profesor Jesús Martín-Barbero, uno de los más importantes teóricos de la comunicación en el mundo, quien afirma que “La comunicación es interculturalidad y afirmación identitaria, diálogo entre culturas y mediación cultural entendida como espacios en los que se articulan los sentidos, en contextos de poder” (Martín-Barbero, 1987).

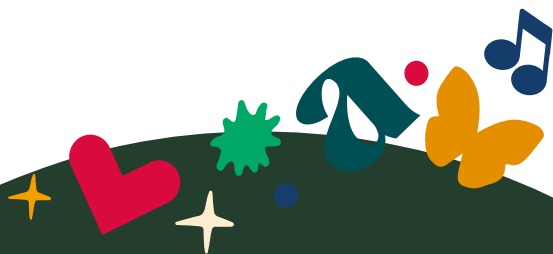
Caso especial el de las emisoras comunitarias que tienen su definición como tales según el Documento Conpes Económico 3506 de 2008, según el cual, “Más allá de los procesos técnicos de producción y emisión de mensajes, la radio comunitaria se constituye en un conjunto de procesos sociales y culturales de construcción y pertenencia a lo local, de fortalecimiento y recreación de memorias colectivas y un importante instrumento de las comunidades para construir imaginarios de su futuro; razón por la cual, las emisoras deben entenderse en su naturaleza de medios de comunicación, instancias de representación y participación ciudadana y de creación social y cultural” (DNP, 2008, p. 3).

De manera más universal, la llamada Declaración de Friburgo hecha por la Unesco, en París en 2007, que contiene los Derechos Culturales, consigna las definiciones de cultura y los temas de información y comunicación así: **la cultura contempla los valores, las creencias, las convicciones, los idiomas, los saberes y las artes, las tradiciones, instituciones y modos de vida por medio de los cuales una persona o un grupo expresa su humanidad y los significados que da a su existencia y a su desarrollo. Además, entiende la identidad cultural como las referencias culturales por las cuales el ser humano, de manera individual o colectiva se define y se comunica.**



# Medios de comunicación

Sobre lo que se conoce como medios de comunicación, es importante tener en cuenta que muchas personas los relacionan con los canales de televisión nacionales, con los grandes periódicos, algunos de los cuales circulan aún impresos, o con las emisoras que acompañan las fiestas de fin de año. Sin embargo, **a nivel local, a escala de municipios y regiones, incluso en corregimientos, veredas o barrios, existe una fuerza comunicativa que acompaña todos o la mayoría de los procesos locales, mediante la cual los pobladores conocen, de primera mano, lo que pasa en su entorno más cercano.** Estos son los medios de comunicación locales, ciudadanos y comunitarios que, como bien lo señala el Plan Nacional de Cultura 2022-2032, “surgen como un ejercicio de empoderamiento de comunidades locales frente a los flujos y formas en que se transmite la información. En estos ejercicios comunitarios se busca recuperar el protagonismo de la ciudadanía en la elaboración y comunicación de los contenidos. Los medios de comunicación ciudadana cumplen varias funciones, pero principalmente contribuyen a la articulación del tejido social a partir de la construcción de proyectos colectivos, además de asumir un papel de mediadores entre los ciudadanos y el Estado” (Ministerio de Cultura, 2022, p. 170).



# Medios ciudadanos y comunitarios



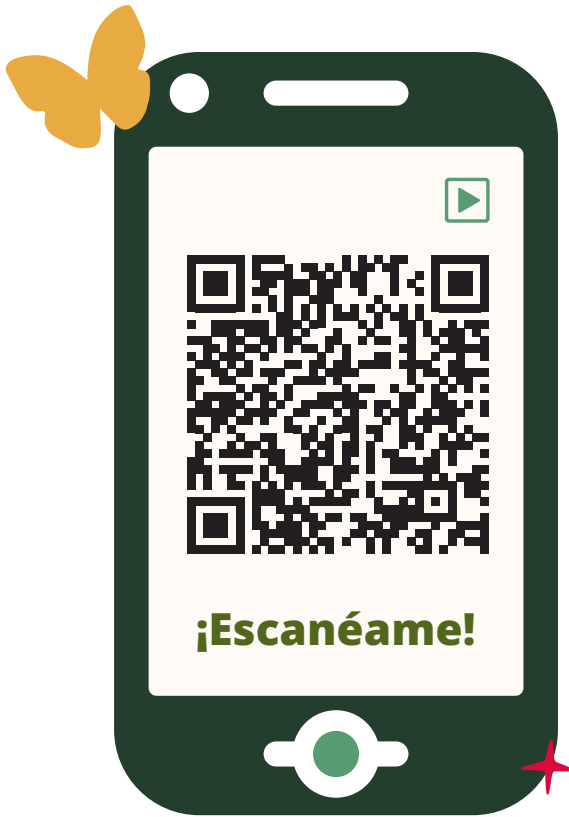
Sobre el carácter ciudadano y comunitario de los medios que da nombre a este Plan, es importante resaltar que la connotación de ciudadano, según la académica Clemencia Rodríguez, se otorga a los medios “que promueven procesos simbólicos que le permiten a la gente designar y expresar el mundo en sus propios términos” (Rodríguez, 2009, p. 18). Rodríguez se refiere a los medios ciudadanos como “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, 2019, p. 19).

En cuanto a los comunitarios, la docente afirma que “los define a partir de quiénes los producen (es decir, organizaciones comunitarias, colectivos de base, etc.) o del tipo de licencia de difusión que el estado les otorga (por ejemplo, licencia de transmisión comunitaria)” (Rodríguez, 2019, p. 18).

Este carácter comunitario presenta cierta ambigüedad en Colombia. Los que tienen esa denominación pueden ser aquellos creados por una organización social como una Junta de Acción Comunal o una asociación o corporación, con unos fines claramente colectivos y con ánimo de responder a los intereses y para beneficio de una colectividad. Sin embargo, muchos de ellos pueden tener ese origen, pero no responden a ese espíritu de beneficio colectivo sino a intereses particulares de la persona que lidera la organización e, incluso, terminan cruzados con otras intenciones de corte político en su accionar en los municipios

y las regiones. Hay otros medios, que pueden haber nacido de otra forma, más particular y, sin embargo, ejercen labores comunitarias pues están todo el tiempo respondiendo a demandas de las poblaciones que impactan y tienen agenda propia, alimentada por grupos sociales y colectivos comunitarios, tales como medios impresos municipales, emisoras digitales, canales de YouTube o, incluso, Instagram o Facebook y grupos de mensajería. La contradicción está en que para la ley colombiana los comunitarios son solamente el Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora (SCRS) y los canales de televisión comunitaria, de los cuales ya quedan pocos en Antioquia. Para el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones sólo se consideran medios comunitarios, las emisoras contenidas como administradoras de frecuencias en el espectro electromagnético para producir radio, lo cual es otorgado mediante una licencia de concesión, y los canales de televisión comunitaria, manejados por organizaciones comunitarias. Para este caso, muchos de ellos fueron cooptados por operadores de cable, grandes empresas de telecomunicaciones o compañías operadoras de telefonía celular con servicio de televisión.


Esto se evidencia, por ejemplo, en el Documento Conpes Económico 3506 de 2008, el cual habla del “Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora (SCRS), que contribuirá a promover la expresión ciudadana y la convivencia pacífica, el ejercicio del derecho a la información y a la comunicación, la participación plural en asuntos de interés público y en el reconocimiento de la diversidad cultural”. (DNP, 2008, p. 2). El mismo documento, define el SCRS como “(...) un servicio público de telecomunicaciones, de carácter participativo, pluralista y sin ánimo de lucro. El servicio está a cargo y bajo la titularidad del Estado, quien lo presta indirectamente a través de comunidades organizadas” (DNP, 2008, p. 2).



Visita el sitio web  
[www.culturantioquia.gov.co](http://www.culturantioquia.gov.co)  
para conocer más sobre el Plan de  
Cultura y los ocho planes de áreas  
artísticas y culturales







**Primera parte:  
la realidad actual**





# 1. Contexto general

La Comunicación Ciudadana y Comunitaria en el Departamento de Antioquia, así como en Colombia y en el mundo, está en un momento de transición y de reinvención. Tal como la pandemia por Covid-19 obligó a los seres humanos a pensar en la interacción de nuevas maneras y a incorporar diferentes formatos que afectaron la vida cotidiana y sin distinción alguna, la comunicación en general fue tal vez el sector que más se transformó durante el tiempo de cuarentena y en la post-pandemia. Fue necesario empezar a comunicar de otra forma y los medios de comunicación, especialmente, debieron replantear sus anteriores métodos para difundir mensajes o para interactuar con sus públicos. Rápidamente, lo análogo se vio reemplazado por lo digital y lo presencial por lo virtual. Esto hizo también que muchos medios impresos desaparecieran, pues la pandemia eliminó durante casi dos años la posibilidad de intercambiar productos como los periódicos, por su alta posibilidad de contaminación y transmisión de la enfermedad. Otros medios de comunicación vieron esta amenaza como una oportunidad, y migraron con éxito a plataformas digitales, a páginas y formatos en redes sociales e incluso potencializaron sus contenidos generando más cercanía con los usuarios a través de estilos más audiovisuales y dinámicos.

Según datos recientes entregados por la Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos del Ministerio de Cultura, de 1123 municipios que tiene Colombia, 353 municipios no cuentan con ningún medio de comunicación, lo que equivale al 31%; 313 municipios tienen medios, pero estos no producen información local; 292 municipios tienen un solo medio que genera información local y cubre toda la región y 151 municipios tienen una oferta amplia de medios de comunicación. Señala dicha dirección que, en la actualidad, el 62% de los medios digitales está concentrado en las ciudades capitales (Primer Encuentro Nacional de Medios Comunitarios, Alternativos y Digitales, Santafé de Bogotá, abril 18 de 2023).

Como contexto, en Antioquia muchos de estos ejercicios comunicacionales aún se desarrollan en medio de unos mínimos de especificaciones, equipos deficientes u obsoletos, bajos niveles de capacitación de quienes producen contenidos, dificultades para la sostenibilidad económica, técnica y social, amenazas de actores armados, desarticulación de otros actores sociales en los territorios, además de una amplia brecha digital que impide el acceso a Internet a una vasta franja de la población, solo por mencionar algunas problemáticas que se retomarán más adelante.

Para resaltar, el asunto de la brecha digital. Sigue siendo aún insuperable la desigualdad que, en términos de acceso y posibilidades de conectarse a Internet, tienen los pobladores de las regiones de Antioquia. Para hacerse a una idea, según la Encuesta de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en Hogares (ENTIC Hogares - 2021), “(...) el porcentaje de hogares que poseían computador de escritorio, portátil o tableta fue de 37,9% a nivel nacional, presentándose en las cabeceras una proporción más alta con el 46,3%, mientras que en los centros poblados y rural disperso la proporción fue de 9,7%” (DANE, 2022, p. 5). De otro lado, en relación con la conexión a Internet en los hogares del país, “En 2021, el 60,5% del total nacional de hogares poseían conexión a Internet, 70,0% en cabeceras y 28,8% en centros poblados y rural disperso” (DANE, 2022, p. 7).

La dificultad en la conexión a Internet, así como las formas para acceder al servicio, hacen que la oferta relacionada con medios de comunicación también sea limitada. Están, en primer lugar, las emisoras comunitarias, que funcionan sin Internet y solo son sintonizadas a través de un dial en un radio cualquiera, lo que las hace, aún, el medio más versátil para las comunidades rurales. Las demás opciones deben abrirse paso entre las posibilidades adquisitivas de los agentes comunicacionales para conectarse y producir contenidos, y los receptores que puedan acceder de igual forma a ellos en los diferentes municipios del departamento.

Es así, entonces, como **los desafíos previos a la pandemia por Covid--19 y los posteriores, han puesto a la Comunicación Ciudadana y Comunitaria ante nuevos retos, en medio de un vertiginoso avance de la tecnología, pero, paradójicamente, en un departamento extenso, con poca conectividad a Internet y con comunidades aún dependientes para recibir la información de medios como la radio a través del espectro (análoga, de frecuencia, no digital ni virtual).**

A todo lo anterior, se suma la dificultad de los agentes del área (comunicadores profesionales y empíricos y aficionados independientes de las regiones) para considerar la Comunicación Ciudadana y



Comunitaria como parte fundamental del sector cultural, lo cual hace aún más difícil el camino que debe transitarse para la elaboración e implementación, colectiva y articulada, con las demás áreas culturales y artísticas del Plan Departamental de Cultura 2023-2035, y por ende, del Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria que hará parte del mismo.

Aunque parece un obstáculo, en ese imaginario también existe una gran oportunidad y es la versatilidad de los medios y procesos de comunicación ciudadanos y comunitarios, además de su espíritu social, que son condiciones ineludibles para formar ciudadanía, generar sentidos, promover la apropiación local, trabajar por la conservación y resguardo del patrimonio inmaterial, la promoción de la paz y generar visibilización de procesos culturales y artísticos en los territorios, entre otras muchas posibilidades ligadas al sector cultural.



¿Cómo potenciamos la comunicación como proceso cultural? Conoce más en nuestro quinto foro itinerante de Cultura, por Facebook Live



# 2. Legislación





La Comunicación Ciudadana y Comunitaria como proceso cultural en el departamento de Antioquia se ve enmarcado en una serie de políticas y normas que le cobijan.


## En el ámbito internacional


- Convención Americana sobre Derechos Humanos. Artículo 13. Libertad de Pensamiento y de Expresión: toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección (Convención Americana sobre Derechos Humanos, 1969).
- “Derechos Culturales: toda persona tiene derechos culturales, el derecho a la ciencia y el derecho a la protección de los intereses de autoría. Estos garantizan el derecho a participar y disfrutar de los beneficios de la cultura y la ciencia y se refieren a la búsqueda del conocimiento, la comprensión y la creatividad humana. Estos derechos son una parte importante de la armonía social y están estrechamente relacionados con los derechos a la educación y a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión. Los derechos culturales no pueden, sin embargo, ser utilizados como justificación de prácticas que discriminen a grupos específicos o violen otros derechos humanos” (Red Internacional para los Derechos Económicos, Sociales y Culturales [Red-DESC], s.f.).


Los derechos culturales, incluyen cinco características interrelacionadas e indispensables, con el fin de que los Estados garanticen su cumplimiento:

 **Disponibilidad.** Los bienes y servicios culturales deben estar disponibles para que todos puedan disfrutar y beneficiarse de ellos, incluidas las instituciones y los eventos (como bibliotecas, museos, teatros, cines y estadios deportivos), los espacios abiertos compartidos y los bienes culturales intangibles (tales como los idiomas, las costumbres, las creencias y la historia).

 **Accesibilidad.** El acceso a la cultura consiste en cuatro elementos claves: la no discriminación, la accesibilidad física, la accesibilidad económica y la accesibilidad de la información. Los estados deben asegurar que todas las personas tengan oportunidades concretas, eficaces y asequibles para disfrutar de la cultura sin discriminación. Este acceso debe extenderse a las zonas rurales y urbanas, con especial atención a las personas con discapacidad, las personas mayores y las personas en situación de pobreza. Los estados deben garantizar que toda persona tenga el derecho a buscar, recibir y difundir información sobre la cultura en el idioma de su elección.

 **Aceptabilidad.** En relación con las medidas para hacer realidad los derechos culturales, los estados deberían mantener consultas con las personas y comunidades involucradas para asegurar que estas aceptan las medidas para proteger la diversidad cultural.

 **Adaptabilidad.** Los estados deben adoptar un enfoque flexible a los derechos culturales y respetar la diversidad cultural de los individuos y las comunidades.

 **Idoneidad.** La realización de los derechos culturales debe ser adecuada en el contexto pertinente, con especial atención por parte de los estados a los valores culturales relacionados con, entre otras cosas, los alimentos y su consumo, el uso del agua, la provisión de servicios de salud y educación, y el diseño y construcción de viviendas (Red-DESC, s.f.).

- Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural. Artículo 6. Hacia una diversidad cultural accesible a todos: al tiempo que se garantiza la libre circulación de las ideas mediante la palabra y la imagen, hay que velar por que todas las culturas puedan expresarse y darse a conocer. La libertad de expresión, el pluralismo de los medios de comunicación, el plurilingüismo, la igualdad de acceso a las expresiones artísticas, al saber científico y tecnológico –comprendida su presentación en forma electrónica– y la posibilidad, para todas las culturas, de estar presentes en los medios de expresión y de difusión, son los garantes de la diversidad cultural (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2001).

## En el ámbito nacional

- **Artículo 20.** (Constitución Política de Colombia, 1991). Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.
- **Artículo 70.** El Estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional en todas las etapas del proceso de creación de la identidad nacional. La cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad. El Estado reconoce la igualdad y dignidad de todas las que conviven en el país. El Estado promoverá la investigación, la ciencia, el desarrollo y la difusión de los valores culturales de la Nación (Constitución Política de Colombia, 1991).
- **Artículo 71.** La búsqueda del conocimiento y la expresión artística son libres. Los planes de desarrollo económico y social incluirán el fomento a las ciencias y, en general, a la cultura. El Estado creará incentivos para personas e instituciones que desarrollen y fomenten la ciencia y la tecnología y las demás manifestaciones culturales y ofrecerá estímulos especiales a personas e instituciones que ejerzan estas actividades.
- **La Política Pública de Comunicación y Cultura propone seis lineamientos:** fomento a la cultura digital, fortalecimiento de las emisoras ciudadanas y comunitarias, fortalecimiento del sistema de T.V. pública, fortalecimiento del sector de comunicación comunitaria, gestión ante medios de alta cobertura para la realización de proyectos culturales, estrategias y modelo de gestión.
- **La Política Pública de Comunicación de y para los pueblos Indígenas presenta ocho componentes:** formas propias de comunicación, formación en comunicación propia y apropiada, medios apropiados, derechos y garantías, esquema organizacional y operacional, esquema financiero y plan de evaluación y seguimiento.
- **Documento Conpes Económico 3506 de 2008.** Lineamientos de Política para el Fortalecimiento del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora.
- Lineamientos de la Política Pública de Comunicaciones para las Comunidades Negras, Afrodescendientes, Raizales y Palenqueras (2018).

## Leyes, planes y políticas culturales

- Ley 23 de 1982 sobre derechos de autor: que protege los derechos de los autores de obras literarias, científicas y artísticas, así como a intérpretes o ejecutantes, a los productores de fonogramas y a los organismos de radiodifusión, en sus derechos conexos a los del autor.
- Ley 397 de 1997, Ley General de Cultura: por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 y demás artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias.
- Ley 1341 de 2009, artículo 2, numeral 7- El derecho a la comunicación, la información y la educación y los servicios básicos de las TIC: en desarrollo de los artículos 16, 20 y 67 de la Constitución Política el Estado propiciará a todo colombiano el derecho al acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones básicas, que permitan el ejercicio pleno de los siguientes derechos: la libertad de expresión y de difundir su pensamiento y opiniones, el libre desarrollo de la personalidad, la de informar y recibir información veraz e imparcial, la educación y el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura. Adicionalmente, el Estado establecerá programas para que la población pobre y vulnerable, incluyendo a la población de 45 años en adelante que no tenga ingresos fijos, así como la población rural, tenga acceso y uso a las plataformas de comunicación, en especial de Internet, así como la promoción de servicios TIC comunitarios, que permitan la contribución desde la ciudadanía y las comunidades al cierre de la brecha digital, la remoción de barreras a los usos innovadores y la promoción de contenidos de interés público y de educación integral. La promoción del acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones básicas se hará con pleno respeto del libre desarrollo de las comunidades indígenas, afrocolombianas, palenqueras, raizales y Rom.
- Ley 1341 de 2009, artículo 2, numeral 9, Promoción de los contenidos multiplataforma de interés público: el Estado garantizará la promoción de los contenidos multiplataforma de interés público, a nivel nacional y regional, para contribuir a la participación ciudadana y, en especial, en la promoción de valores cívicos, el reconocimiento de las diversas identidades étnicas, culturales y religiosas, la equidad de género, la inclusión política y social, la



integración nacional, el fortalecimiento de la democracia y el acceso al conocimiento, en especial a través de la radiodifusión sonora pública y la televisión pública, así como el uso de nuevos medios públicos mediante mecanismos multiplataforma.

- Compendio de Políticas Culturales del Ministerio de Cultura de Colombia, creado desde 2009 y alimentado posteriormente con actualizaciones, donde están:
  - ✿ Política para la Protección del Patrimonio Cultural Mueble
  - ✿ Política para el Conocimiento, la Salvaguardia y el Fomento de la Alimentación y las Cocinas Tradicionales de Colombia
  - ✿ Política de Artes
  - ✿ Política para la Gestión, Protección y Salvaguardia del Patrimonio Cultural
  - ✿ Política de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial
  - ✿ Política para la gestión del patrimonio bibliográfico y documental
  - ✿ Política para la gestión del patrimonio bibliográfico y documental
  - ✿ Política de Museos
  - ✿ Política de Archivos
  - ✿ Política de Protección a la Diversidad Etnolingüística
  - ✿ Política de Diversidad Cultural
  - ✿ Política de Turismo Cultural
  - ✿ Política de Lectura y Bibliotecas
  - ✿ Política Cinematográfica
  - ✿ Política para el Emprendimiento y las Industrias Culturales
  - ✿ Política de Concertación
  - ✿ Política de Estímulos

✿ Política de Infraestructura Cultural

✿ Política de Gestión Internacional de la Cultura

✿ Política para las Casas de Cultura

- Se destaca en particular la Política de Comunicación y Cultura de 2016, que plasma los principales criterios, procedimientos y programas que configuran la política pública de comunicación que se implementa desde el Ministerio de Cultura. El documento es el resultado de los ajustes realizados a una primera política creada en 2009. La política cubre los planes, programas y proyectos que ya se ejecutan desde la Dirección de Comunicaciones, los orienta hacia un propósito común y marca derroteros para la actuación del Ministerio en el campo de la comunicación/cultura.
- Política Cultura Digital de 2016. Enfocada a las nuevas tecnologías y las nuevas lógicas de la comunicación que ofrecen múltiples posibilidades de acceso a la información, pero especialmente les brindan a los ciudadanos la oportunidad de superar su condición de receptores de información para convertirse en productores de contenidos y en creadores culturales. El documento recoge los avances en esta materia.
- Decreto 1080 del 26 de mayo de 2015: por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Cultura. Con el objetivo de compilar y racionalizar las normas de carácter reglamentario que rigen en el sector y contar con un instrumento jurídico único para el mismo.
- Ley 1834 de 2017. Ley Naranja: tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas son entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de bienes y servicios fundamentados en la propiedad intelectual. Reglamentada posteriormente por el Documento COMPES 4090. Política nacional de Economía Naranja: estrategias para impulsar la economía de la cultura y la creatividad, cuyo objetivo es mejorar las condiciones y capacidades de los actores culturales y creativos para consolidar el papel transformador de la economía naranja en el desarrollo sostenible de los territorios, a través de la promoción de los derechos culturales y el trabajo en red.
- Ley 1978 de 2019: por la cual se moderniza el Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y se modifican algunos artículos y párrafos de la Ley 1341 de 2009. Uno

de los principales, el Artículo 6. Definición de TIC. Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como voz, datos, texto, video e imágenes.

- Plan TIC 2018–2022 “El futuro digital es de todos”: cuyo objetivo es el cierre de la brecha digital y la preparación en materia de transformación digital como puerta de entrada a la Cuarta Revolución Industrial (4RI). Esto se logrará a través de 4 ejes: entorno TIC para el desarrollo digital, inclusión social digital, ciudadanos y hogares empoderados del entorno digital y transformación digital y sectorial.
- Plan Nacional de Cultura “Cultura para la Protección de la vida y el territorio. 2022–2032.”

## En el ámbito departamental

- Plan Departamental de Cultura 2006–2020 “Antioquia en sus Diversas Voces”. Que contempla un campo de Creación y Memoria, dentro del capítulo estratégico.
- Decreto 0494 del 28 de febrero de 2011: por medio del cual se crea el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia.
- Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria 2014–2020 “Antioquia Diversas Voces”, que estableció siete líneas estratégicas para el área: formación integral de los comunicadores ciudadanos, gestión del conocimiento para el desarrollo de la comunicación ciudadana y comunitaria, fomento a la creación de contenidos propios, articulación y organización de medios y comunicadores ciudadanos y comunitarios, comunicación para la salvaguarda de la memoria y la diversidad, fomento a la circulación y apropiación social de contenidos, condiciones de sostenibilidad de procesos de comunicación comunitarios.
- Ordenanza departamental No 12 del 27 de agosto de 2015: por la cual se adopta la política pública para el fortalecimiento de las artes y la cultura en el departamento de Antioquia.
- Decreto 2017070004386 del 10 de noviembre de 2017: por el cual se establece la composición y se dictan disposiciones sobre el

funcionamiento de los espacios de participación y procesos del Sistema Nacional de Cultura en el nivel departamental y se deroga el decreto 524 de 2014.

- Decreto 2124 de octubre 11 de 2019, mediante el cual se crea la política pública de medios y procesos de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos para el municipio de Medellín y se reglamenta el Acuerdo 073 de 2013.
- Plan Departamental de Patrimonio. Antioquia es Patrimonio 2020–2029. Su objetivo es generar las condiciones necesarias para el reconocimiento, disfrute, activación, conservación, salvaguarda, difusión y sostenibilidad del patrimonio cultural en Antioquia, teniendo en cuenta las diferentes manifestaciones culturales de cada subregión y las diversas formas de apropiación por sus pobladores.
- Plan de Desarrollo 2020–2023 “Unidos por la vida”, Gobernación de Antioquia. Adoptado mediante ordenanza No. 6 del 06 de junio de 2020. Donde la cultura se encuentra enmarcada en la línea 1. Nuestra gente. Componente 4: Antioquia unida por la creación y la cultura.
- Política de Cultura y Patrimonio de la Universidad de Antioquia: creada por Acuerdo Superior 478 por parte del Consejo Superior Universitario, el pasado 31 de mayo de 2022.

# 3. Diagnóstico



Con la intención de presentar información sólida y a partir de esta, estructurar unos resultados que reflejen las realidades del sector cultural, artístico y creativo del departamento, la fase diagnóstica del Plan Departamental de Cultura y los ocho planes de áreas artísticas y culturales (comunicación ciudadana y comunitaria, danza, teatro, artes visuales, cinematografía y audiovisuales, música, literatura y lectura y bibliotecas), se diseñó una metodología basada en encuentros con la ciudadanía y grupos focales, para el desarrollo de ejercicios rápidos participativos y entrevistas semi estructuradas, cuyos contenidos se definieron de manera concertada con el ICPA, y en articulación con los enfoques y categorías propuestos para la fase diagnóstica del Plan Nacional de Cultura, la línea base, los ejercicios de diálogo que se vienen desarrollando desde 2021 en el marco del proyecto de Caracterización del Sector Cultural del Departamento de Antioquia, y las Rutas étnicas, que se sostuvieron para la construcción de la Agenda 2040 del Departamento.

## 3.1 Enfoques

La metodología adoptada para el diagnóstico de cada una de las áreas prioriza tres enfoques para la recolección y análisis transversal de la información:

1. **Territorial:** desde un cruce de miradas que entienden la diversidad que constituye el departamento de Antioquia y que cada lugar del territorio requiere acceder, en igualdad de condiciones, a oportunidades que permitan a sus habitantes construir su propia visión del desarrollo, se abordó el departamento según nueve subregiones, que son escenarios de interacción de múltiples actores y factores de índole económica, social, política, ambiental, infraestructural, y cultural. Desde esta última perspectiva, cada una de estas regiones fue aproximada como territorio diferenciado por vocaciones, herencias y tradiciones singulares, pero con la capacidad de dialogar con otros territorios dentro y fuera del departamento.

**2. Poblacional:** este enfoque comprende la cultura como un fenómeno complejo que se expresa en múltiples maneras de ver y entender el mundo, materializadas en una gran diversidad de lenguajes, prácticas, identidades y cosmovisiones. Espacios de diálogo con mirada diferencial y con poblaciones de interés especial como grupos étnicos, población con discapacidad, grupos por ciclo vital, grupos con identidades no binarias y poblaciones víctimas del conflicto armado.

**3. Participación / Derechos Culturales:** este enfoque de doble vertiente busca involucrar a la mayor cantidad de personas interesadas en el devenir de la cultura en el departamento y sus subregiones, para garantizar su carácter de política pública. A lo largo de las fases de diagnóstico, formulación y divulgación se prioriza la activación de los canales de participación consagrados por la Ley de Cultura, mediante la creación de espacios de intercambio con consejos de cultura, líderes y gestores culturales, institucionalidad cultural, colectivos y organizaciones, con el fin de plantear la hipótesis de la corresponsabilidad de estos actores frente a la garantía de los derechos culturales de todos los ciudadanos/as.

Para el área de Comunicación Ciudadana y Comunitaria, las fuentes de información y fuentes documentales más relevantes son:

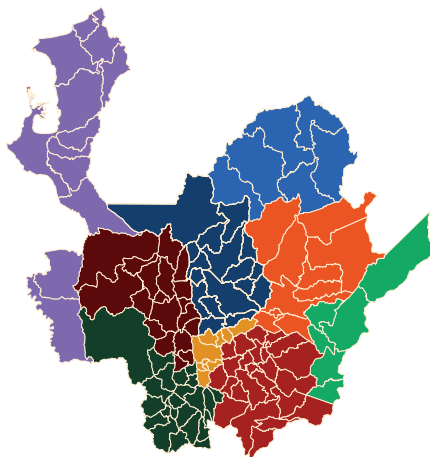
1. Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria 2014–2020 Antioquia Diversas Voces.
2. Informe final del Proyecto Revisión del Plan Departamental de Cultura “Antioquia en sus Diversas Voces”, 2006 a 2020, y los ocho planes departamentales de áreas artísticas y culturales, 2014 a 202, páginas 19 a la 77. Ítem 4: Hallazgos.
3. Fichas municipales SIFO (Sistema de Información de Fomento Regional) del Ministerio de Cultura.
4. Informes de Gestión del ICPA de los años 2020 y 2021.
5. Plan de Desarrollo 2020–2023 “Unidos por la vida”, Gobernación de Antioquia. Adoptado mediante ordenanza No. 6 del 06 de junio de 2020.
6. Documentos y publicaciones del sector de Medios Ciudadanos y Comunitarios del Ministerio de Cultura.
7. Páginas web de organizaciones, redes, grupos y corporaciones de comunicación ciudadana y comunitaria.
8. Documento Conpes Económico 3506 de 2008 (Lineamientos de Política para el Fortalecimiento del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora).
9. Plan Nacional de Cultura “Cultura para la protección de la vida y el territorio” 2022–2032.
10. Política Pública de Comunicaciones y Cultura del Ministerio de Cultura de Colombia.

11. Política Cultura Digital (2016).
12. Política Pública de Comunicación de y para los Pueblos Indígenas (2018).
13. Lineamientos de Política Pública de Comunicaciones para Comunidades Negras, Afrodescendientes, Raizales y Palenqueras (2018).
14. Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011–2020 “Medellín, una ciudad que se piensa y se construye desde la cultura”.
15. Memorias del Foro Nacional de Cultura Viva Comunitaria. Medellín, septiembre de 2012.
16. Revisión de la legislación existente en Colombia sobre el sector de Comunicación Ciudadana y Comunitaria.

### 3.2 Fuentes primarias

Se adelantaron acciones de recolección de información de manera participativa con fuentes primarias en el área y los territorios, así:

1. Un encuentro en cada una de las nueve subregiones del departamento de Antioquia, contando con la asistencia de 378 agentes del sector y el desarrollo según el siguiente calendario:



- **Bajo Cauca:** Caucaasia, 4 de septiembre de 2021
- **Magdalena Medio:** Puerto Berrío, 11 de septiembre de 2021
- **Nordeste:** Vegachí, 18 de septiembre de 2021
- **Norte:** Yarumal, 2 de octubre de 2021
- **Occidente:** Santa Fe de Antioquia, 25 de septiembre de 2021
- **Oriente:** La Ceja, 18 de septiembre de 2021
- **Suroeste:** Andes, 11 de septiembre de 2021
- **Urabá:** Turbo, 4 de septiembre de 2021
- **Valle de Aburrá:** Bello, 2 de octubre de 2021

Durante los talleres desarrollados en estos encuentros se contemplaron los siguientes temas:

- Identificación de las principales barreras para el desarrollo cultural.
- Propuestas para el fortalecimiento y proyección de la cultura a nivel local.

2. Tres formularios en línea diferenciados así: a) directores/as de cultura de los municipios, b) consejeros e integrantes de los consejos de cultura y c) para la comunidad en general (Cultura con voz), aplicados durante los meses de julio y octubre de 2021.

3. Una entrevista semi estructurada al equipo de trabajo del área de Comunicaciones del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, realizada en abril de 2022.

4. Una socialización del borrador diagnóstico final ante el área encargada del ICPA y el encargado del Sistema Departamental de Cultura, para recibir observaciones y recomendaciones. Septiembre de 2022.

5. Una entrevista semiestructurada a la líder de Comunicaciones del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, realizada el 30 de noviembre de 2022.

6. Conversaciones con los consejeros subregionales y el consejero departamental del sector de Comunicación Ciudadana y Comunitaria para validar la DAFO (Debilidades y Fortalezas), proponer acciones para superar las primeras y potenciar las segundas, en las siguientes fechas:

- Bajo Cauca: Eder Rafael Navarro Díaz, diciembre 9 de 2022.
- Oriente: Leidy Carolina Giraldo Montoya, diciembre 11 de 2022.
- Valle de Aburrá: Claudia Marcela Londoño Ríos, diciembre 13 de 2022.
- Suroeste: David Fernando Molina Parra, diciembre 14 de 2022.
- Antioquia: Juan Guillermo Cano Vargas, enero 4 de 2023.

7. Taller estratégico con equipo de Comunicaciones del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, realizado el 29 de diciembre de 2022.



**8. Conversaciones con líderes de comunicación indígena en Antioquia, así:**

- José Leo Dan Yagarí Yagarí, director de la emisora Chamí Stereo (del Resguardo Karmata Rúa, en Cristianía, municipio de Jardín), en enero 11 de 2023.
- James Tascón, del Colectivo Karmata Rúa 13–16 (Resguardo Indígena del mismo nombre, de Cristianía, municipio de Jardín), enero 11 de 2023.

**9. Grupo focal con comunicadores especializados en comunicación comunitaria:** Dione Patiño, directora de la Asociación Palco, que tiene bajo su concesión la licencia de operación de La Esquina Radio y Jaime López, docente e investigador. Febrero 1° de 2023.

**10. Grupo focal con los comunicadores del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia que hacen parte del Consejo de Medios Ciudadanos y Comunitarios en calidad de Secretaría Técnica,** en marzo 17 de 2023.

**11. Reunión con el asesor del componente afro, para ajustar conceptos y visiones en cuanto a la incorporación del enfoque diferencial respecto al sector afro,** el 23 de febrero de 2023.

**12. Grupo focal con los dinamizadores de áreas artísticas y culturales que lideran escritura del Plan Departamental, para alimentar los contenidos de la relación entre Comunicación Ciudadana y Comunitaria y Cultura,** en marzo 2 de 2023.

**13. Grupo focal con dinamizadores territoriales para complementar la escritura del Plan,** el 10 de marzo de 2023.

**14. Reunión con dinamizadora del área de Cine y Audiovisual para articular acciones de dinamización del sector de Comunicación Ciudadana y Comunitaria, y aportarle también al área de Cine y Audiovisual,** en abril 8 de 2023.

**15. Grupos focales virtuales con los representantes de los medios ciudadanos y comunitarios de cinco (5) subregiones de Antioquia.** Los encuentros se realizaron con el fin de consultarles sobre retos y sueños del sector. Se citaron siete (7) subregiones, pero hubo dos (2) grupos focales a los cuales no asistió nadie (Nordeste y Suroeste). Se realizaron con éxito, aunque con poca asistencia, Bajo Cauca, Magdalena medio, Oriente, Occidente y Norte. Se hicieron los días 3 y 4 de abril de 2023.

16. Grupo Focal con integrantes de estrategia Comuniquémonos de la Institución Educativa de Entrerriós, el 27 de abril de 2023.

17. Participación en el Primer Encuentro Nacional de Medios de Comunicación Alternativos, Comunitarios y Digitales, en Bogotá, el 18 de abril de 2023.

Como síntesis de este proceso, se realiza la identificación de los problemas del sector de Comunicación Ciudadana y Comunitaria y se genera y complementa una matriz DAFO.

### 3.3 Resultados del diagnóstico

“Hay que tener en cuenta que este sector se diferencia respecto de las otras áreas al no ser una práctica artística. Esta situación abre interrogantes sobre cómo se materializa la comunicación desde y para la dinamización del sector cultural en Antioquia, cuál es el papel de los medios comunitarios en el marco de un Plan de Cultura y qué tanto los agentes de la comunicación se reconocen como parte del sector cultural” (ICPA, 2022, p. 34).

### 3.4 Recursos y Financiación

Los medios comunitarios tienen, principalmente, dos fuentes de financiación: convocatorias públicas nacionales y departamentales. Al establecerse bajo esta tipología, acceden bajo unas condiciones especiales en materia de tributación que les beneficia respecto a medios comerciales con ánimo de lucro. No obstante, este tipo de beneficios se limitan a propuestas de televisión y radio comunitaria (formalizados y legalmente constituidos), en los que, a veces, termina utilizándose esta tipología de comunitario a fin de acceder a beneficios económicos, pero no como un enfoque que se refleje en sus contenidos.

Además de estos medios, existen otros formatos de comunicación (como periódicos, boletines, fanzines, carteleras y podcast), que obedecen a procesos comunitarios o de comunicación no formalizados y que dependen, exclusivamente, de la autogestión y la capacidad instalada para ganarse alguna convocatoria pública. En este punto se manifiesta la autogestión que, además de ser un método para la sostenibilidad, garantiza la independencia y la autonomía para el diseño de contenidos que responden a esas agendas y realidades comunitarias que no necesariamente se muestran en otros dispositivos como los medios masivos.

Por otro lado, se identifican convocatorias de fondos internacionales en los que se puede acceder a recursos a través de la presentación y selección de un proyecto.

Las convocatorias de los portafolios de estímulos y concertación tanto del ICPA como del Ministerio de Cultura y recientes programas como Jóvenes en Movimiento, contemplan líneas o abren puertas en las que colectividades o agentes de las comunicaciones en el sector cultural pueden crear o circular contenidos. Son ofertas que, usualmente, los colectivos de comunicaciones o agentes del área articulan con otros creadores o agentes de las artes o la cultura de los territorios, generando producciones con enfoques artísticos, poblacionales, de patrimonio, visibilización de procesos u otros que se acomodan de acuerdo a las ofertas de las convocatorias. Esto, llevado a las diferentes opciones de financiación que cada área artística y cultural tiene, podría identificarse como posibilidades de sostenibilidad económica del área de las comunicaciones.

Para el caso del ICPA, en 2021 la oferta de estímulos tuvo una convocatoria llamada Somos y Soñamos en la Radio, con seis (6) estímulos de ocho millones de pesos cada uno. En cuanto al Ministerio de Cultura, desde las diferentes áreas se estimula la producción de contenidos para la circulación en medios públicos: RTVC, Radio Nacional de Colombia o medios web del Gobierno Nacional. A nivel de concertación se aportan recursos para la producción de contenidos comunicacionales y contempla en todas las líneas requerimientos asociados a la promoción, difusión y divulgación de contenidos como estrategias de comunicación (ICPA, 2022, p. 35).

En cualquier caso, el asunto financiero representa una debilidad para los medios comunitarios, porque supedita la función del medio a la articulación directa con otras áreas y no necesariamente al fortalecimiento directo de su objeto social, con especial énfasis en los formatos por fuera de la radio y la televisión.

En los casos de los canales comunitarios, prensa regional o local, emisoras u otros medios digitales, la venta de pauta publicitaria o venta de suscripciones para el sostenimiento del medio representa una de las alternativas de sostenibilidad que se tienen. Por otro lado, se prestan servicios directos a entes territoriales públicos o empresa privada, que aprovechan ciertas capacidades instaladas e infraestructura para producir contenidos o difundir oferta propia (programas de televisión, de radio, magazines, documentales, transmisiones o contenidos multimedia). Otros medios se adscriben a cooperativas que, además de contar con medios ciudadanos, se sostienen de la venta de

otros servicios, como el caso de Sonsón TV adscrito a la cooperativa Servicoops.

En el ICPA y los municipios del departamento, los recursos de comunicaciones no están disponibles como rubro específico de un área, generalmente se cuenta con rubros destinados a las oficinas de comunicaciones de las entidades territoriales, con personal que tiene a su cargo no solo la difusión de contenidos culturales, sino también de todas las demás dependencias de las alcaldías. Las disponibilidades presupuestales se derivan del Sistema General de Participaciones SGP y recursos propios.

### 3.5 Infraestructura y dotación

Antioquia es el departamento con mayor cantidad de medios de comunicación locales: 253. De estos, solamente el 4,7% son medios digitales y el 21% son impresos. En promedio, en todas las subregiones de Antioquia entre el 20% y 30% de los medios de comunicación tienen informativo local, a excepción del Oriente donde son el 50% (FLIP, 2015). Pese a que estas cifras no discriminan la cantidad de medios con un enfoque comunitario, sí demuestra buena infraestructura en el Departamento, aunque con una baja inserción en apuestas comunicativas de índole digital.

Ahora, entendiendo el internet como una herramienta que permite la generación, circulación y el acceso a contenidos en múltiples formatos, datos del MINTIC registran que el 46,94% de los hogares antioqueños no tienen conexión a internet. Aún con esta cifra, Antioquia es el sexto departamento mejor puntuado en el ranking correspondiente al índice de brecha digital en Colombia (MINTIC, 2020). Toda esta infraestructura disponible debe concebirse desde la integralidad, de manera que no solo se garantice el acceso, especialmente a comunidades rurales, afro e indígenas, sino un horizonte común en pro de la diversificación y el impulso de la cultura, tal como se propone desde la Política de Comunicaciones y Cultura (PPCC): el mapa es amplio en relación con la cantidad de medios, canales y productores, de manera que la infraestructura mediática de producción y emisión es por lo menos suficiente; aunque es necesario desarrollar procesos que contribuyan a articular esta infraestructura (especialmente la pública) en torno a propósitos colectivos (Ministerio de Cultura, p. 464).

### 3.6 Redes y entidades

En este apartado se referencian entidades, medios, redes, sistemas u otros que ejercen como agentes de la comunicación comunitaria

y ciudadana en el departamento y el país. Sus roles varían entre la formación, la agremiación, el fomento y la difusión de contenidos.

### 3.6.1 Entidades públicas

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones se encarga de todo lo relacionado con infraestructura, elementos técnicos, desarrollos tecnológicos y de garantizar a la población el acceso a estos elementos y sus beneficios. Por su parte, el Ministerio de Cultura dispone de la Política Pública de Comunicaciones y Cultura; además, dentro del Sistema Nacional de Cultura, establece el Consejo Nacional de Medios Ciudadanos y Comunitarios. Esto significa que la primera entidad regula las diversas plataformas y dispositivos existentes en materia de comunicación en el país, mientras que la segunda busca articular y darles un horizonte a los contenidos de los medios comunitarios, en virtud de la dinamización y la visibilización de las culturas. En otras palabras, ambas instancias se articulan para garantizar derechos, la primera en la infraestructura y la posibilidad tecnológica y la segunda en los contenidos, pero una depende de las posibilidades que la otra proporcione.

En nuestro departamento está la Universidad de Antioquia con su Facultad de Comunicaciones y Filología en la ciudad de Medellín, donde se ofertan los pregrados de Comunicaciones, Comunicación Audiovisual y Multimedial, Periodismo y Filología Hispánica. En las subregiones del departamento, la Universidad ofrece el pregrado de Comunicación Social-Periodismo, específicamente en las sedes de Turbo, Apartadó y Sonsón. Por su parte, el SENA brinda un programa de 40 horas de duración denominado Técnicas de Comunicación en el nivel operativo.

Como entidades privadas se encuentran universidades con oferta de pregrados en Comunicación ubicadas en Medellín:

- Universidad Pontificia Bolivariana
- Universidad Cooperativa de Colombia
- Universidad Católica Luis Amigó
- Universidad de Medellín
- Colegiatura Colombiana
- Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)
- Corporación Universitaria Minuto de Dios (Bello)
- Corporación Universitaria Lasallista (Caldas)
- Universidad Católica de Oriente (Rionegro)
- Universidad Católica del Norte (Santa Rosa de Osos)

A estas entidades de formación se le suman otras con ofertas técnicas y

tecnológicas en locución, televisión y medios de comunicación como el Instituto Metropolitano de Educación, ubicado en Medellín. Con esto se puede evidenciar que las entidades públicas y privadas en el ámbito de la formación se concentran en la Capital antioqueña, concentración que trata de ser contrarrestada por el proyecto de regionalización de la Universidad de Antioquia.

A este panorama de las entidades privadas se suman las Cajas de Compensación Familiar. Comfama, por ejemplo, valora el ejercicio de los medios y el periodismo comunitario a través de un premio denominado Historias con propósito, que tuvo su primera versión en el año 2022. También brinda un espacio en su sitio web para que los medios comunitarios en las regiones publiquen historias y contenidos. Esta entidad ofreció en 2021 un plan de formación y unas mentorías para los procesos de comunicación en las regiones.

Las Universidades también cuentan con medios propios para la difusión de contenidos, caso de las Emisoras de la Universidad Nacional, de la Universidad de Antioquia y de varias de las universidades relacionadas arriba.

### **3.6.2 Entidades privadas, alternativas y comunitarias**

Se identifican aquí los medios comunitarios. Según datos ofrecidos por MINTIC, contrastados con revisiones en el marco de la investigación, los municipios de Antioquia que no disponen de al menos una emisora comunitaria, son: Abriaquí, Amalfi, Angostura, Anzá, Betania, Concepción, Concordia, Copacabana, El Peñol, Frontino, Giraldo, Guadalupe, La Estrella, Liborina, Murindó, Mutatá, Nariño, Olaya, Peque, Puerto Nare, Puerto Triunfo, San Andrés de Cuerquia, Tarso, Toledo, Uramita, Valparaíso y Vigía del Fuerte. Esto quiere decir que el 66,5% de los municipios antioqueños sí disponen de infraestructura radial (MINTIC, 2022).

Respecto a Medellín, según el Directorio de Medios de Comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos de la Alcaldía de Medellín, la ciudad cuenta con 79 procesos y medios de comunicación comunitarios, según el cual cada comuna registra, mínimamente, un medio o iniciativa de este tipo (Alcaldía de Medellín, 2022).

En algunas subregiones se registran procesos de medios impresos comunitarios como Enfoque de Oriente –en el Oriente antioqueño– y Periódico El Suroeste –medio impreso y digital de la subregión



del Suroeste-. A este panorama se le suma otro tipo de procesos emergentes en el departamento que no están formalizados o legalmente constituidos, pero que desarrollan contenidos en formatos como fanzines, podcast, videos y boletines. La existencia de procesos no formales y al margen de la institucionalidad es una realidad permanente, donde la población juvenil, particularmente, encuentra un modo de resistencia y movilización no interesada en hacer parte del escenario oficial, de ahí que no se tengan datos específicos. Se destacan procesos como la propuesta comunicativa de la Asociación Campesina de Antioquia-ACA, que nace desde el año 2003, con un énfasis en el lenguaje audiovisual y con el propósito de documentar, hacer visible y difundir apuestas y problemáticas desde las comunidades campesinas, con presencia en zonas rurales de municipios como Argelia y San Francisco en la subregión del Oriente.

En cuanto a la televisión, de acuerdo con la información obtenida a través del sitio web de MINTIC, se encuentra que en los siguientes municipios hace presencia la televisión comunitaria: Amagá, Ciudad Bolívar, Cocorná, San Pedro de Urabá, Campamento, Venecia, Puerto Nare, Puerto Berrío, El Bagre, Frontino, San Rafael, San José de la Montaña, Angelópolis, Turbo, Andes, Salgar, Dabeiba, Anorí, San Francisco, Cañas Gordas, Santo Domingo, Sonsón, Don Matías, Guatapé, La Unión, Marinilla, El Carmen de Viboral, San Carlos y Pueblorrico.

El Informe de evaluación de Planes realizado en 2020, respecto al histórico del Área de Comunicación Ciudadana y Comunitaria, menciona:

La evolución y los desarrollos de los medios alternativos, ciudadanos y comunitarios en las regiones de Antioquia son evidentes y de gran relevancia para la comunicación local, subregional y regional. Así viene sucediendo en Santa Fe de Antioquia y la Corporación productora TeleRegión Occidente, con más de 50.000 seguidores, apostando por nuevas tecnologías; redes sociales en Liborina, Dabeiba, Frontino; con procesos formativos en Heliconia, Peque y Armenia y trabajando de la mano con periódicos virtuales; emisoras como Occidente Informativo, Periódico La Vitrina de Dabeiba, Canal del Municipio de Liborina de la Red Parabólica y aliados con emisoras comunitarias de Buriticá, Canal TeleFrontino y TeleDabeiba.

Igual se puede decir del Suroeste, en Támesis, Jericó y alrededores, con importantes articulaciones que configuran el sistema completo con radio, prensa, televisión e Internet comunitaria; prueba de ello, Jericó Televisión y TeleSur (12 municipios enlazados) y alianzas con nueve (9) sistemas comunitarios en el Suroeste (ICPA, 2020, p. 31).

A modo de problematización de estos hallazgos, se debe reforzar la idea de que los medios son solo un eslabón del proceso de comunicación y de creación. Esto quiere decir que la existencia de un medio en un municipio no necesariamente significa que se esté gestando intercambio de ideas, debate y enunciaciones propias, pues estos podrían ser sencillamente replicadores de contenidos mas no creadores. A esto se suma que no todos los procesos de comunicación con un enfoque colectivo se encuentran bajo el radar de la institucionalidad. Además, la presencia de actores armados en algunas subregiones restringe el ejercicio de la comunicación. Esto también afecta el sostenimiento y la proyección de estas entidades independientes.

### 3.7 Redes y sistemas de medios

Se puede decir que el trabajo articulado, a través de figuras colaborativas, es conveniente para impulsar el fortalecimiento de iniciativas, el intercambio de saberes y la visibilización de lo diverso. Además, con las redes y el ejercicio colectivo se materializa la posibilidad de actuar como veedores e interlocutores válidos para las instituciones a la hora de tomar decisiones e incidir en lo público.

En Colombia se cuenta con el Sistema de Medios Públicos RTVC: entidad descentralizada indirecta, con el carácter de sociedad entre entidades públicas del orden nacional, con la principal función de programar, producir y emitir los canales públicos de Televisión Nacional: Señal Colombia, Canal Institucional, al igual que las Emisoras Públicas Nacionales, Radio Nacional de Colombia y Radiónica. Como parte del proceso de convergencia, el Sistema de Medios Públicos ha avanzado para ofrecer a todos los colombianos servicios y contenidos digitales a través de sus páginas web, entre las cuales se destacan sus emisoras online Señal Clásica, Señal Digital, Radiónica 2 y Radiónica 3. Así mismo, RTVC también cuenta con la estrategia de salvaguarda, promoción y circulación del patrimonio audiovisual y sonoro de RTVC sistema de medios públicos, Señal Memoria y RTVCPlay, la plataforma gratuita de entretenimiento (RTVC, 2022).

Por su parte, cada región del país ha constituido sus propios canales de televisión abierta que comunican a los territorios las realidades de las regiones. Para el caso de Antioquia, se tiene el canal Teleantioquia creado en 1985, siendo este el primer canal regional del país y que cuenta con cobertura directa en todo el territorio nacional a través de las señales de Televisión Digital Terrestre –TDT– donde además dispone de una segunda señal alternativa, denominada Teleantioquia 2.



Como ejemplos de sistemas de agremiación se encuentra la Asociación de Emisoras en Red de Antioquia –Asenred– y la Asociación de Medios de Comunicación –Asoredes–, las cuales responden a un tipo de red en la que los afiliados disponen de una serie de beneficios en cuanto a unificación de tarifas de pauta, trámites administrativos conjuntos, formación y circulación. Por otro lado, en la ciudad de Medellín se identifica la Mesa de Medios, donde confluyen 64 medios y 15 procesos de comunicación comunitaria.

De igual manera, existen otros procesos en Medellín que también reúnen a otros medios de comunicación que no están adscritos a la Mesa y que se piensan la comunicación como un derecho. Se destaca aquí Comunicracia, integrado por la Asociación Palco, Convivamos, MiComuna 2, Viviendo Santa Elena, Mundo Urbano y El Armadillo, además de dos docentes universitarios conocedores del tema de los medios y procesos de comunicación.

Según el Informe de evaluación del Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria 2014–2020, para 2013–2014 el sistema de comunicación ciudadana y comunitaria vivía una situación de inminente amenaza por las presiones de sectores privados y los propósitos regulares del Estado sobre la actividad. Hoy, particularmente el sector radial es fuerte, está agremiado, cuenta con una amplia red de aliados como Gana, la Gobernación de Antioquia, EPM, la Cruz Roja Colombiana, el Comité Departamental y Nacional de Cafeteros, entre otros.

Son más de 100 emisoras comunitarias organizadas con representación en la Mesa Nacional de Radio, con 14 redes más, 400 emisoras, con programas y estrategias de incidencia ante el Gobierno Nacional sobre el proyecto de ley para sanear la radio, la televisión comunitaria y la radio de interés público (ICPA, 2020, p. 30).

Existe un antecedente de experiencia positiva en cuanto a la articulación del sector que se denominó Red Antioquia, este fue un proyecto de la Gobernación de Antioquia en alianza con el Centro de Investigación de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia.

### **3.8 Ente departamental: Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia –ICPA–**

De acuerdo con la información encontrada en la página del ICPA:

El Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia es un establecimiento público con personería jurídica, autonomía

administrativa y patrimonio independiente, orientado a la promoción y fomento de la cultura, las artes en sus diversas manifestaciones y la conservación y divulgación de la memoria y patrimonio del Departamento de Antioquia. Su funcionamiento está sujeto a la Ordenanza 34 del 29 de diciembre de 2010 y a través del Decreto 0494 del 28 de febrero.

Esta entidad se constituye como el centro de integración cultural de todas las regiones de Antioquia, ya que es por medio de este que se canalizan los esfuerzos y recursos hacia los diferentes municipios del departamento. El ICPA tiene a su cargo el diseño de estrategias de fortalecimiento de los procesos culturales del Departamento, con el propósito de priorizar y dinamizar el desarrollo cultural de las regiones, identificar sus fortalezas y debilidades en el área territorial, y apoyar las manifestaciones culturales como espacios educativos. Dentro de su estructura orgánica se encuentran 3 subdirecciones: i) Administrativa y Financiera; ii) Patrimonio, Fomento Artístico y Cultural; y iii) Planeación.

La Comunicación Ciudadana y Comunitaria no está reseñada como área adscrita a la subdirección de Fomento como las demás áreas diagnosticadas (música, danza, teatro, artes visuales, audiovisuales y cinematografía, literatura, lectura y bibliotecas). La oficina de Comunicaciones del ICPA se encarga, además de la comunicación interna y externa de la entidad, de la secretaría técnica del Consejo Departamental de Medios Comunitarios y Ciudadanos y la supervisión de algunas convocatorias en el área de comunicaciones del Portafolio de Estímulos. Como se ha mencionado en el ítem de Recursos y Financiación, dentro del Portafolio de Estímulo del Departamento de Antioquia, existe una categoría puntual para el área de Comunicaciones.

Aquí es importante señalar la existencia de una ambigüedad nominal en la formulación del plan 2014–2020 y el sistema de participación en esta área: el Plan es denominado Comunicación Ciudadana y Comunitaria y el Consejo es de Medios Comunitarios. Esta ambigüedad propone que los agentes a intervenir son los medios, pero de ahí a que estos se reconozcan dentro del sector cultural es otra cosa. Hay que insistir en la amplitud del concepto de comunicación y cómo éste debería desenvolverse e impulsarse en el marco de la acción cultural. Hasta ahora, el principal hallazgo en este apartado es que no está claro cuál es el alcance de la mediación entre el ICPA y los medios, a fin de establecer una agenda de trabajo desde el Consejo y un direccionamiento estratégico desde la comunicación. Quizá el ICPA puede proyectarse como ese ente mediador que posibilita e incentiva el diálogo de los procesos de comunicación en el Departamento, fortalece sus capacidades

y apoya la circulación de contenidos, no desde una óptica benefactora, sino como un nodo articulador que proporciona herramientas, genera puentes con otras entidades y coordina ejercicios de gestión.

### 3.9 Espacios de participación

A nivel nacional está el Consejo Nacional de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios, como instancia asesora del Ministerio de Cultura, para la formulación de políticas y el desarrollo de planes y programas en esta área. Allí Antioquia hace parte de la región Occidente del país, junto a los departamentos de Chocó, Valle, Risaralda, Caldas y Quindío.

A nivel departamental, el Consejo Departamental de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios, está constituido por:

- El director del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia o su delegado, quien ejercerá la presidencia del espacio de participación.
- La Secretaría técnica delegada en un servidor público del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia. Este representante institucional tiene voz, pero no tiene voto en el espacio de participación (este rol lo ejerce la oficina de Comunicaciones del ICPA).
- Una persona con amplia trayectoria en los Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios, designada por el director del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia.
- Un representante del sector de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios de cada una de las nueve subregiones del departamento de Antioquia: Bajo Cauca, Magdalena medio, Nordeste, Norte, Occidente, Oriente, Suroeste, Urabá y Valle de Aburrá.

De acuerdo con la información suministrada por la persona encargada del Sistema Departamental de Cultura del ICPA, este Consejo sólo se ha reunido en dos (2) ocasiones en el período 2020–2023, una vez en febrero de 2021 y la segunda en julio de 2022. Su funcionamiento es débil y su nivel de incidencia muy bajo o casi nulo para el Departamento. Respecto a la labor de la Secretaría Técnica que ejerce el ICPA, ésta menciona que, si bien se ha evidenciado una desarticulación del consejo, se ha insistido en sostener comunicación constante para compartir información de actividades del Instituto, para que sean replicadores y para propiciar algunos acercamientos formativos en materia de medios. Sin embargo, consideran que es necesario fortalecerlo (Entrevista, 2022, con código 22042710CO).

Así entonces, la debilidad de un Consejo poco activo, con poca articulación y sin incidencia, se suma a la ambigüedad entre

comunicación y medios, la falta de claridad del papel de estos en las dinámicas culturales, y se agrava con la particularidad de que los y las agentes de la comunicación ciudadana y comunitaria no se encuentran propiamente adscritos o se auto reconocen como sector cultural. Esto significa que no existe un seguimiento ni ciudadano ni institucional a los planes que del área se generen, ni en perspectiva del Plan Departamental anterior, ni en proyectiva del nuevo.

### 3.10 Patrimonio y memoria cultural

Para comprender el estado de asuntos como la conservación y protección, así como del fomento y divulgación y el rol que cumple la Comunicación Ciudadana y Comunitaria, se realizaron rastreos documentales en fuentes primarias y secundarias.

Cuando la comunicación incide sobre la cultura, está aportando en la construcción de memoria sobre la cual la sociedad se dota de sentido, así lo propone la Política Pública de Comunicaciones y Cultura; además afirma que los medios de comunicación comunitaria tienen dentro de su misión “el fortalecimiento de la identidad cultural, la diversidad y la memoria” (PPCC, s.f., p. 467).

Se destaca que Antioquia cuenta con un Plan Departamental de Patrimonio Cultural “Antioquia es Patrimonio” 2020–2029, formulado por el Instituto de Cultura y Patrimonio del Departamento en alianza con la Universidad de Antioquia. El documento menciona como objetivo específico número 7: “Vincular los medios de comunicación local y comunitaria a las dinámicas culturales y a los procesos de reconocimiento, protección y salvaguarda del patrimonio en todas sus manifestaciones” (ICPA, Universidad de Antioquia, 2019, p. 19), y destaca como fortaleza del campo patrimonial del departamento a “Los medios de comunicación alternativos como difusores de la cultura en la mayoría de los municipios de Antioquia” (ICPA, Universidad de Antioquia, 2019, p. 50).

Así mismo, este Plan formuló un programa específico denominado: Comunicación y sistemas de información del patrimonio cultural, cuyo objetivo general es “Vincular los medios de comunicación local y comunitaria a las dinámicas culturales y a los procesos de reconocimiento, protección y salvaguarda del patrimonio en todas sus manifestaciones” (ICPA, Universidad de Antioquia, 2019, p. 108). Esto determina un papel crucial del área para el fomento patrimonial en el Departamento, por lo que sus debilidades incidirán de manera directa en el cumplimiento del Plan Departamental de Patrimonio.





Por su parte, se destacan apuestas de medios y proyectos que apuntan a la memoria, el patrimonio, la historia y tradiciones de las regiones. Teleantioquia ha generado franjas de difusión de la historia antioqueña; además se cuenta con el proyecto Conservación y preservación del patrimonio audiovisual (ver Diagnóstico del Área de Fomento Audiovisual y Cinematografía, 2022), la Señal Memoria del Sistema de Medios Públicos RTVC, y las convocatorias del área de Patrimonio que le apuestan a estrategias comunicacionales de Museos del departamento. Y en el mismo sentido, las del área de Comunicaciones que han facilitado el acceso a recursos y producción, por parte agentes del Área, de contenidos en clave de patrimonio cultural. Un ejemplo de esto fue la serie “Tractor de Relatos”, ejecutada en 2021 por un colectivo independiente del municipio de La Unión, para hablar del papel del tractor como bien de interés cultural en ese municipio, propuesta ganadora de la convocatoria Somos y Soñamos en la Radio del ICPA.

De otro lado, en el escenario del pos-acuerdo se han gestado proyectos como el de “Hacemos Memoria” de la Universidad de Antioquia, un medio de comunicación para estudiar, conversar, divulgar y albergar contenidos y archivos periodísticos especializados en el conflicto armado, sus transformaciones y memorias (Hacemos Memoria, 2022).

Los medios comunitarios, en este sentido, son agentes de memoria en tanto sus contenidos permiten ver y oír múltiples voces desde todos los rincones y perspectivas, entendiendo que el patrimonio no es un asunto estático, delimitado por la arquitectura, los libros o cosas antiguas, el patrimonio abarca expresiones de todo tipo y representa lo que somos como sociedad.

### **3.11 Diversidad**

En materia de diversidades, este diagnóstico reconoce dos campos de estudio: lo étnico desde la mirada indígena y la mirada afro y lo poblacional, a partir de miradas diferenciales poblacionales: género, condición de vulnerabilidad, discapacidad, entre otros.

### **3.12 Perspectiva étnica**

#### **3.12.1 Pueblos Indígenas**

En Antioquia se identifica la emisora Chamí Estéreo desde el resguardo Karmata Rúa (Cristianía), ubicado en el municipio de Jardín, la cual tiene una trayectoria de más de 20 años. El trabajo de campo en territorio para la Formulación del Plan Departamental y la Caracterización Cultural permitirá identificar si existen otras iniciativas en alguno de los 45 resguardos o comunidades indígenas presentes en Antioquia (Gobernación de Antioquia, Portal de datos, 2022).

Existe una Política Pública de Comunicación de y para los pueblos indígenas realizada en 2017. Fue un documento estructurado por la Comisión Nacional de Comunicación de los Pueblos Indígenas (CONCIP) –espacio técnico comunicativo de la Mesa Permanente de Concertación (MPC), de la cual hacen parte la Organización Nacional Indígena de Colombia (ONIC), la Organización de los Pueblos Indígenas de la Amazonía Colombiana (OPIAC), la Confederación Indígena Tayrona (CIT), Autoridades Indígenas de Colombia por la Pachamama (AICO) y Autoridades Indígenas de Colombia, Gobierno Mayor– y concertado con el Gobierno Nacional, en cabeza del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC).

En dicha Política Pública de Comunicación de y para los pueblos Indígenas se priorizan cuatro (4) ejes problemáticos que, a la fecha, se contemplan como un factor que debe ser atendido de cara al Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria del departamento. Dichos ejes son:

- Deficiente desarrollo del ejercicio de la comunicación propia de los Pueblos Indígenas.
- Falta de garantías para el desarrollo de procesos de formación en Comunicación Propia y Apropiaada de los Pueblos Indígenas.
- Falta de garantías, enfoques diferenciales e inequidad en el acceso a herramientas, repertorios y tecnologías de comunicación e información del contexto global.
- Desconocimiento y consecuente vulneración del derecho a la comunicación indígena.

Colombia es un país rico en diversidad poblacional, de la cual hacen parte, por supuesto, las comunidades NARP (Negros, Afrodescendientes, Raizales y Palenqueros). Esta población se ubica específicamente en el Caribe, el Pacífico, algunos lugares de la zona

### **3.12.3 Comunidades NARP (Negros, Afrodescendientes, Raizales, Palenqueros)**

Andina, los palenques urbanos, el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina y lo que se conoce como diáspora, que es la dispersión de grupos étnicos o religiosos que han abandonado su lugar de procedencia originaria y que se encuentran repartidos por el mundo, para este caso en Colombia. En Antioquia, las poblaciones NARP están ubicadas en el Urabá, incluido el Atrato medio, en el Bajo Cauca, en Medellín y el Área Metropolitana.

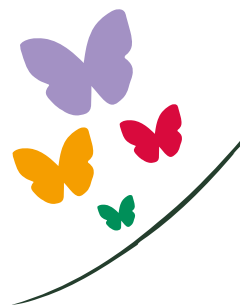






Foto: Encuentro especial indígena, Resguardo indígena de Cristianía Karmata Rúa, Municipio de Jardín, 20 de abril de 2023





Foto: Encuentro zonal Urabá Norte  
Municipio de Necoclí, 2 de mayo de 2023

Para la protección de esta población y su cultura existe la Ley 70 de 1993, que desarrolla el artículo transitorio 55 de la Constitución Política de Colombia, con el objeto de reconocer a las comunidades negras que han venido ocupando tierras baldías en las zonas rurales ribereñas de los ríos de la Cuenca del Pacífico, así como establecer mecanismos, para la protección de la identidad cultural y de los derechos de las comunidades negras de Colombia como grupo étnico. En dicha ley, el artículo 35 afirma que “El Estado debe reconocer y garantizar el derecho de las comunidades negras a crear sus propias instituciones de educación y comunicación, siempre que tales instituciones satisfagan las normas establecidas por la autoridad competente”.

En este sentido, otra Ley que apoya la generación de medios es la Ley 335 de 1996, que modificó parcialmente la Ley 14 de 1991 y la Ley 182 de 1995 y mediante la cual se creó la televisión privada en Colombia. El parágrafo 2, en el artículo 20 señala que “El Estado garantizará a los grupos étnicos el acceso permanente el uso del Espectro Electromagnético y a los servicios públicos de Telecomunicaciones y medios Masivos de Comunicación del Estado, la creación de sus propios medios de comunicación en sus diferentes modalidades y la realización del Plan de Desarrollo para los grupos étnicos, con criterio de equidad, reconocimiento de la diferenciación positiva, la igualdad de oportunidades y justicia distributiva acorde a la Legislación de las Comunidades, con el objeto de garantizar sus derechos étnicos, culturales y su desarrollo integral”.

Las comunidades NARP han luchado de manera permanente por lograr el reconocimiento de su cultura e idiosincrasia, desmitificar el racismo y la exclusión y propiciar formas de etnoeducación, es decir, educación apropiada para conservar sus raíces y “ligada al ambiente, al proceso productivo, al proceso social y cultural con el debido respeto a sus creencias y tradiciones”, tal como lo señala la Ley General de Educación (Ley 115 de 1994).

Justamente es entonces la comunicación una de las principales herramientas para acompañar el anhelo de la población NARP para lograr el reconocimiento, evitar la exclusión y la estigmatización además de conservar su cultura. Aunque el fundamento legal para estos propósitos está en varias de las leyes colombianas, esto no se materializa aún como la comunidad espera, debido a múltiples factores.

En cuanto a comunicación, la comunidad NARP se enfrenta a las siguientes problemáticas en todo el país:



- Desconocimiento de los derechos y deberes que tiene como grupo étnico.
- Las estrategias de comunicación diseñadas para que estas comunidades se apropien del conocimiento son incipientes o incluso nulas en algunos casos.
- La innovación y el fomento empresarial basadas en sus riquezas culturales a veces son aisladas y no logran el impacto que se requiere.
- Deficiencia o inexistencia de acceso a servicios de energía eléctrica y de conectividad en varios municipios y corregimientos de estos territorios.
- Muchas trabas administrativas y altos costos que impiden el funcionamiento y permanencia de las emisoras comunitarias.
- Las mujeres afro aún están relegadas del desarrollo económico local.
- Falta reglamentación de la Ley 70 de 1993.
- No hay acceso en condiciones de equidad a los beneficios y ventajas que proporcionan las TIC.
- Aún faltan mecanismos concertados para que los medios de comunicación local, regional y nacional se interesen por estas comunidades, no sólo como noticia sino propiciando su empoderamiento y la promoción de sus valores culturales, para generar respeto evidente y real a sus particularidades, cultura, identidad y demás rasgos que contiene su cosmovisión.
- Desarticulación de los comunicadores independientes de los procesos colectivos y redes existentes.
- Debilidad de las redes de comunicación de las comunidades NARP.

Sobre las TIC, luego de resolver asuntos como el acceso a energía eléctrica y la conectividad a internet, las comunidades NARP han propuesto en diferentes foros y diagnósticos que aquellas pueden ser el instrumento para luchar contra la discriminación y fortalecer las relaciones interculturales, además de apoyar el cierre de brecha que se presenta especialmente con las mujeres que, como ya se dijo, padecen marginación del desarrollo económico en las regiones. Para el caso de las emisoras, se habla también de que las formas de comunicación sonora para esta población tengan un enfoque más étnico que comunitario.

De acuerdo con la Caracterización de las Narrativas de Afrocolombianas, realizada para mapear y recoger insumos para una posible Política Pública de Comunicaciones Afrocolombianas, una de las principales recomendaciones es aplicar el enfoque diferencial y cultural para la administración de recursos, la circulación y la formación, con el



fin de que se “pueda garantizar, a través de la política pública de comunicaciones, el apoyo e incidencia de los profesionales afro, para así evitar las narrativas blanco-mestizas en cada contenido que se cree para comunicar lo afro” (Ministerio de Cultura, 2022, p. 7).

En el mismo documento se menciona que, en su mayoría, la intencionalidad de crear contenidos y procesos de comunicación va en dos vías: uno, visibilizar las realidades y las prácticas ancestrales de sus comunidades, incorporando también criterios de etnoeducación; y dos, eliminar estigmas para “potenciar las luchas antirracistas, como base para dar a la comunicación el poder de agente transformador en las sociedades que habitan” (Ministerio de Cultura, 2022, p. 8). Es así como muchos de los comunicadores afro han asumido también una misión como etno-educadores, como aporte al reconocimiento de la cultura, a la identificación de las desigualdades en los entornos que habitan y con un claro rol de vigías del patrimonio y los saberes ancestrales.

Entre las principales necesidades del sector de las comunicaciones afrocolombianas están:

- Formación: audiovisual, en formulación de proyectos, calidad técnica de las producciones y mecanismos de circulación nacional e internacional.
- Circulación: como exhibición de contenidos, con reconocimiento y convergencia, además de participación en espacios artísticos, culturales y festivales de cine nacional e internacional realizados en Colombia.
- Acceso a TIC.
- Dotación de equipos.
- Financiación: es una permanente solicitud, para dar soporte a los proyectos y para facilitar la creación y la dotación de equipos e infraestructura para la producción de contenidos.

En todo el país en cuanto a procesos y medios de comunicación, se destacan los llamados laboratorios de creación (sonora, audiovisual, medios interactivos, semilleros, festivales de cine, producción de contenidos comunitarios). En Antioquia, en un barrio incipiente de medios y procesos de comunicación afro, se cuenta con los siguientes:

- Vive Afro, Medellín, creado en 2015.
- Visaje Negro, Turbo, creado en 2015.
- Asociación Metropolitana Cimarrón, es un colectivo audiovisual de la Comuna 8, Medellín (realiza Festival Afro y Bullerengue de la Comuna 8-Villahermosa).
- Corporación Afrocolombiana de Desarrollo Social y Cultural

- Carabantú–, creada en Medellín en 2003, responsable del Festival Internacional de Cine Comunitario Afro “Kunta Kinte” (FICCA–“K.K.”).
- Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones, creada en Cauca, en 2016, responsable del Festival de Cine del Bajo Cauca –Río Abajo–.
- Corporación Audiovisual Étnica de Colombia, creada en Zaragoza, en 2016. Esta entidad realiza el Festival Audiovisual Étnico de Zaragoza. Además de que lidera medios en varios formatos, presta servicios como Escuela Audiovisual Étnica.

Se destaca que, en su mayoría, son colectivos que producen medios de comunicación y además realizan alguna actividad cultural o artística, ya sea un festival audiovisual o de cine, relacionado con danzas o saberes o para difundir contenidos y manifestaciones propias de su cultura.

### 3.12.4 Otras poblaciones

Hay un referente en el ámbito nacional que es la Red de Periodistas con Perspectiva de Género, en el que convergen propuestas comunicacionales del Departamento. La vigencia de la reivindicación de asuntos de género ligada a los movimientos sociales en clave de un discurso contrahegemónico, diverso e incluyente, implica que los procesos independientes no formalizados de comunicación sean los principales agentes de ampliación de estas voces, en escenarios por fuera de la institucionalidad. Siguiendo esa línea, sobresalen experiencias como la de Estrella Ríos Olaya del municipio de Andes, quien a través del Portafolio de Estímulos del ICPA desarrolló un proyecto comunicacional para hablar del rol de las mujeres en la cultura cafetera en 2021.

Sobre iniciativas con la población rural, se destaca la Asociación Campesina de Antioquia –ACA– con producciones El Retorno. Este proceso, desde la comunicación audiovisual, logra llevar a los municipios en los que tiene influencia, conocimientos técnicos para que la comunidad misma realice sus contenidos desde “la libertad de elegir sus temáticas, narrar el territorio que quieran, los personajes que quieran” (Entrevista, 2022, con código 22051013C).

Del lado de las expresiones y disidencias musicales, sexuales, de género y otras que emergen en los territorios, nuevamente las convocatorias han facilitado que puedan darse proyectos comunicativos independientes: Maricas en Acción es una emisora web creada por el colectivo Prisma de Marinilla en 2021; Café con amor a aroma LGBT, en San Carlos, 2022; o Invasión Radio en el municipio de La Unión, alrededor de las músicas urbano-alternativas de ese municipio, en 2020.

Adicionalmente, es importante considerar las migraciones, pues Antioquia es, después de Bogotá, el departamento que ha recibido recientemente más población venezolana. Según datos suministrados por Migración Colombia con corte a enero del 2021, el departamento de Antioquia tenía 157.939 migrantes venezolanos. Es necesario mencionar a los migrantes porque, en algunos casos, su llegada ha marcado y cambiado las dinámicas culturales en los municipios. En esa medida, también es posible que impacte los contenidos y productos del sector de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria.

### **3.12.5 Comunicación en el contexto de los en los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET)**

Este Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria no puede perder de vista el escenario nacional marcado por la implementación del Acuerdo de Paz y los llamados Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET). Estos son instrumentos de planeación y gestión que, en el marco del Acuerdo de Paz, buscan transformar los territorios más afectados por el conflicto armado, la pobreza, la debilidad institucional y la presencia de cultivos de uso ilícito.

Los territorios PDET están organizados en 170 municipios, 16 subregiones, 11.000 veredas y 38.808 iniciativas formuladas por las comunidades para transformar estas regiones. En Antioquia, los municipios priorizados en los PDET son 24: Amalfi, Anorí, Briceño, Cáceres, Caucasia, El Bagre, Ituango, Nechí, Remedios, Segovia, Tarazá, Valdivia, Zaragoza, Murindó, Vigía del Fuerte, Apartadó, Carepa, Chigorodó, Dabeiba, Mutatá, Necoclí, San Pedro de Urabá y Turbo.

Este es un tema que no tiene línea base previa porque es reciente, pero sí es una oportunidad para el sector de la comunicación ciudadana y comunitaria.

Los medios de comunicación ciudadana y comunitaria deberán estar preparados y abiertos para comunicar con objetividad estos contenidos en los municipios impactados por los PDET. Cada localidad debe rendir Informes de Rendición de Cuentas sobre el Acuerdo de Paz que, aunque deben quedar publicados en las webs de las alcaldías municipales, puede haber alianzas para ser contados a través de los medios ciudadanos y comunitarios de las regiones. Otro asunto importante es la cantidad de historias de vida, como una oportunidad para los medios, que pueden surgir de estos procesos en medio de la superación de brechas relacionadas con temas de salud, educación, empoderamiento y

avances de las mujeres, agua potable y saneamiento básico, además de las necesidades de la ruralidad. Adicionalmente, asuntos de reactivación económica, producción agropecuaria, derecho a la alimentación, reconciliación, convivencia y construcción de paz.

Visita [www.culturantioquia.gov.co](http://www.culturantioquia.gov.co) para conocer más sobre los enfoques del Plan Departamental de Cultura y los ocho planes de áreas artísticas y culturales



# 4. Procesos

## 4.1 Investigación y formación

La mayoría de los comunicadores comunitarios son empíricos, entre otras cosas, porque su labor emerge en el contexto difusionista del desarrollo donde se requerían ejercicios prácticos de transmisión de información y divulgación de contenidos para secundar las reformas emprendidas por los gobiernos.

Como ya se expuso en el apartado correspondiente a las entidades, los procesos de educación formal están centralizados, en su gran mayoría, en la ciudad de Medellín. Además, los enfoques de los pregrados varían, lo que implica diferentes perfiles profesionales de comunicadores y comunicadoras. Por ejemplo, hay formación más orientada hacia la publicidad, las relaciones públicas y la gestión de la comunicación corporativa. Aquí se destaca el perfil de los egresados en Comunicaciones de la Universidad de Antioquia con un componente investigativo, la Universidad Católica de Oriente que se piensa desde el desarrollo con enfoque territorial y la Universidad Minuto de Dios con la comunicación y el cambio social.

En lo que corresponde a la investigación se identifica el papel de las universidades en la producción de conocimiento académico. Sin embargo, se reconocen las experiencias en los territorios como ejercicios de apropiación social del conocimiento desde lo empírico y la generación de saberes que trascienden las fronteras formales de la institución. También vale la pena mencionar que la comunicación desde el enfoque para el cambio social o el buen vivir entiende la comunidad como un campo de saberes que genera sus propios marcos interpretativos y que la academia a través de la sistematización repercute en el fortalecimiento de los marcos de acción colectiva de estas comunidades, colectividades u organizaciones (Torres, 2014). Aquí se menciona la sistematización como una fuente de información en el marco de investigaciones. Sistematizar es crear una huella que permite desarrollar ejercicios investigativos.

## 4.2 Creación y producción

Los hallazgos referidos a la creación de contenidos presentan dos vertientes: aquellos con capacidades técnicas y los empíricos con contexto territorial. Los primeros aluden a aquellos medios comunitarios con despliegue técnico e infraestructura, pero con una visión restringida sobre el contenido que no ahonda en las realidades de los territorios. Si un medio se puede permitir un despliegue técnico es que tiene recursos, es decir, que está más enfocado al mercado, que el contenido es un producto pensado y adaptable al mercado; mientras que, en el otro caso, lo importante es el contenido, tener algo para decir y después buscar el público, alguien a quién contarle esa historia, y esto último, vende menos.

## 4.3 El área en los planes de desarrollo

A partir de un muestreo total de 55 municipios de las nueve subregiones del departamento de Antioquia, se hizo la revisión sobre el porcentaje de inclusión de programas, proyectos, indicadores de resultado y producto, y metas del sector cultural en los Planes de Desarrollo Municipal correspondientes al período administrativo 2020–2023. Se encontró que el porcentaje de proyectos asociados a comunicación, información y divulgación corresponden solo al 2,1% del total, quince veces menos visible que las prácticas artísticas y solo por encima de proyectos con enfoque territorial y de derechos culturales. Así se representan los resultados (Gráfico 1).

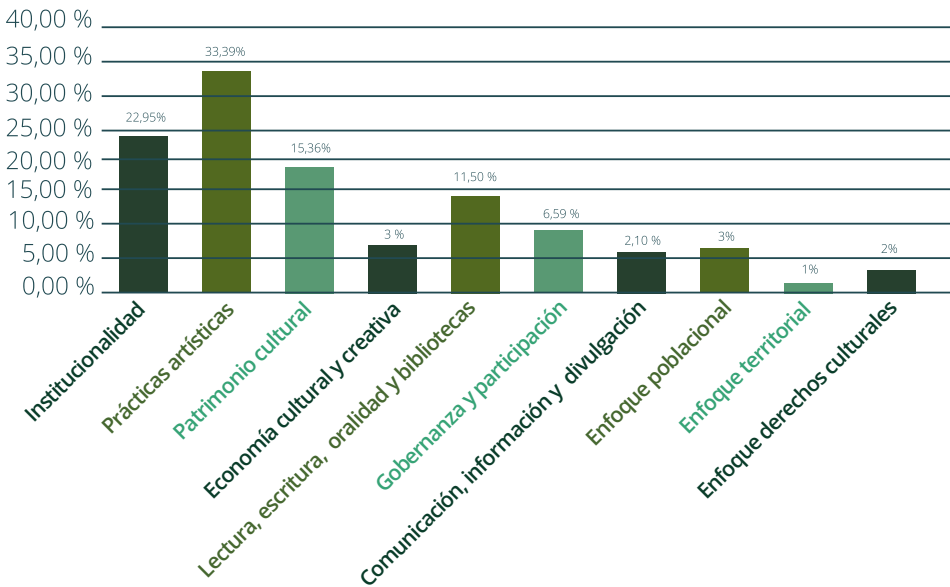
El tema de las comunicaciones no es considerado como un asunto relevante dentro de los planes de desarrollo evaluados y a esto se le suma la baja consideración de otros elementos asociados al quehacer de los procesos comunitarios de comunicación como el enfoque poblacional, territorial y la participación.





Gráfico 1.

## Gran tendencia general en la inclusión de proyectos culturales en los Planes de Desarrollo Municipales - Departamento de Antioquia



Gobernación de Antioquia, 2023.

Será entonces un reto del Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria dinamizar el sector en los municipios, ampliando su concepción más allá de la presencia de los medios, generando espacios de reflexión sobre la incidencia y el papel de estos en la cultura de cada territorio, intercambiando experiencias, trabajando de la mano con los procesos independientes y generando vínculos con las áreas artísticas, buscando mayores niveles de incidencia política y ciudadana, que apunten a planes de desarrollo con mayor presencia del área en próximas administraciones.

## 5. Mega tendencias y contextos globales

En esta categoría se hallaron principalmente dos temáticas: la pandemia del Covid-19 y las plataformas digitales. Estas se relacionan en tanto la segunda se convirtió en el único escenario posible de circulación e intercambio durante la pandemia. La vida fue digital. A continuación, se plantea la relación: la aparición de tendencias, situaciones o fenómenos globales, tienen incidencia directa e indirecta en la gestión de la cultura en el departamento. Es importante entonces, reconocer cómo afectan positiva o negativamente estas realidades al sector de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria en el departamento.

Frente a la Pandemia Covid-19, las personas profesionales del área dentro del ICPA reconocen que hubo un cambio significativo en cómo se venía haciendo y cómo se podían relacionar con los públicos. De esta manera, se infiere que la coyuntura de la pandemia se entrelaza con las nuevas tecnologías, posibilitando escenarios de encuentro y participación en la virtualidad, aunque esta posibilidad se restringe por el acceso a internet, la calidad de la conexión y los dispositivos. Por ejemplo en Antioquia, debido a sus condiciones topográficas, especialmente en la ruralidad, la conexión y el acceso a internet son debilidades. Aun así, se encuentran casos excepcionales que dan pistas de cómo pueden sortearse las dificultades en lugares con estas características físicas: el programa “Peque: una montaña de historias” de la Casa de la Cultura Nelly Guerra Serna y la oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Peque, surge como estrategia de acompañamiento a las personas en la pandemia y se instaura luego como la oferta alternativa de contenidos que no tenía el municipio, porque no existe un canal de televisión local.

La incursión en las nuevas tecnologías y las plataformas digitales es un fenómeno estrechamente vinculado con la población joven, cuestión que representa una oportunidad en la configuración de nuevos lenguajes y estéticas para la narración, y la inclusión de las juventudes con su expresión diversa y disruptiva. De hecho, gran parte de la oferta que se dinamiza en los municipios a través de redes sociales o canales

comunitarios ha sido gestionada por colectivos juveniles, plataformas de juventud o Consejos Municipales de Juventud. Municipios donde esto pasa: Andes, Sonsón, La Unión o Peque.

También hay que tener en cuenta que, las nombradas plataformas digitales, se convirtieron casi que en el único espacio para el acceso y la circulación de las artes y el encuentro. En gran medida, así fue como se sobrellevó ese momento de incertidumbre y caos que representó la pandemia. Otro efecto, en este caso negativo de la Pandemia Covid-19, tuvo que ver con el factor económico para todo el sector cultural, por el que muchos procesos tuvieron que cerrar porque no encontraron una alternativa para mantenerse.

También se halla dentro de lo negativo una suerte de sobrecarga. Esta sobrecarga se concentra en las redes sociales ya que propician la circulación constante de todo tipo de contenido. A esto subyace una situación ambigua y problemática: la descentralización de la información con infinitas temáticas y formas, donde la mayoría de las personas prefieren consumir y poner a circular contenidos superfluos, los denominados contenidos light.

En resumen, los dispositivos digitales se ocupan de la saturación con contenidos light que entretienen y, generalmente, no ofrecen información útil para el tejido social en el marco de la comunicación ciudadana y comunitaria. Esto es porque el contenido light se enuncia desde la desconexión de problemas o necesidades más complejas (lo que Martín Barbero nombraría la desterritorialización), no promueve el debate, ni escenarios de conversación. **Y ante una sociedad carente de este tipo de encuentros, los medios comunitarios pueden estar llamados a crearlos, facilitar estos procesos de intercambio, y convertirse en laboratorios creativos donde convergen las expresiones artísticas, donde la ciudadanía conversa y se cuenta a sí misma desde su diversidad en pro de su bienestar.**

También es importante mencionar el tema de la Inteligencia Artificial. En la actualidad, el planeta está bajo el influjo de la Inteligencia Artificial (IA) que, aunque se menciona desde 1956, cuando el informático John McCarthy hace alusión a ella en una conferencia mundial, ha tenido múltiples desarrollos hasta el presente. De esa fecha a la época actual, la humanidad ha pasado por el intento de replicar la red neuronal humana de modo artificial; Eliza, que le dio voz a las computadoras; en 1996, la computadora Deep Blue (creada por IBM) que venció al campeón mundial de ajedrez, Gary Kasparov; en 2005 la predicción de que para 2029 habría máquinas más inteligentes que el ser humano y hacia 2045 habrían superado nuestra civilización un billón de veces;

asistente Siri de Apple en 2011; en 2019 se usan soluciones basadas en IA para turismo, movilidad o seguros, con reconocimientos de imagen y modelos predictivos y entre 2020 y 2021, en plena pandemia por Covid-19 se utilizaron sensores térmicos automatizados y Big Data (datos que se producen en todos los ámbitos y que se utilizan para múltiples asuntos) para detectar focos de contagio. Sin embargo, fue en 2022 cuando se conoció el impacto cultural de la Inteligencia Artificial, al ver que se pueden producir pinturas, obras de arte, fotografías, videos, textos y todo tipo de productos, que antes solo eran posibilidades mediadas por la creatividad humana.

Y, ¿qué tiene que ver esto con el sector de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria? Mucho. La IA representa beneficios, pero también riesgos. Entre los asuntos provechosos están:

- Ahorro de tiempo para la producción de contenidos en los que la base la puede poner el periodista y la herramienta complementa, corrige o ajusta asuntos de ortografía, redacción y gramática.
- Permite analizar grandes cantidades de datos, lo que puede ser útil a la hora de realizar investigaciones con muchos documentos de los cuales estos programas extractan lo principal y ayudan a sintetizar.
- Puede ser una ayuda para realizar productos más atractivos, con impacto, o sugerir herramientas y programas adecuados para lo que los periodistas necesitan.

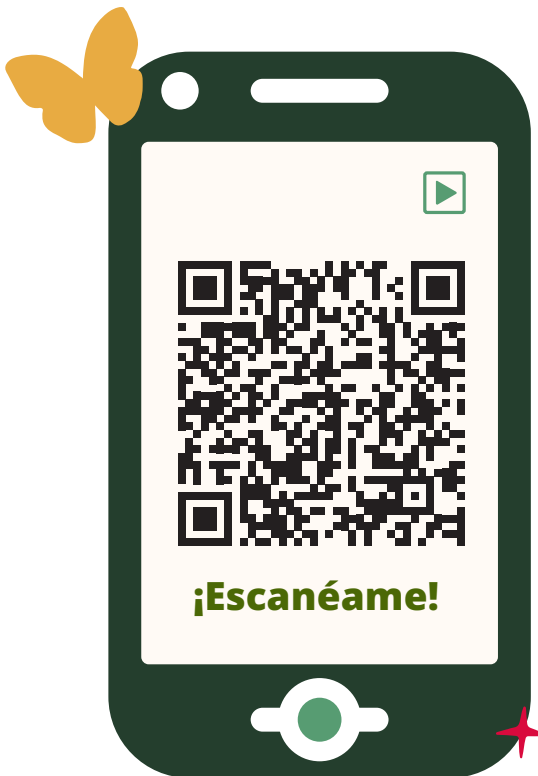
Sin embargo, representa varios peligros:

- Que promueva la pereza de pensar y estructurar contenidos de valor y disminuya la interacción que los medios de comunicación deben tener con sus audiencias y públicos. Puede generar dependencia para la producción de contenidos, e incluso, hacer pasar como periodistas a personas que jamás han participado de procesos de medios de comunicación.
- Estas herramientas utilizan muchos datos para operar, con lo cual preocupan la seguridad y privacidad de la información.
- Alienta la generación de noticias y contenidos falsos (fake news y deep news), pues puede producir fotografías, audios y videos tan reales sobre cualquier asunto, tema o personaje, que son imposibles de distinguir si son falsos o reales y que pueden, incluso, generar conflictos internacionales, guerras, enfrentamientos entre naciones, desinformación y confusiones mediáticas. En el nivel local, ya se usan para facilitar estafas, extorsiones y engaños. Es un riesgo en momentos en que circulan tantos contenidos producidos por todos (cada uno o

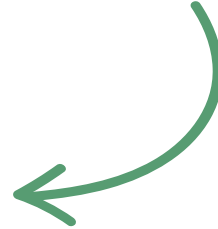
una con un celular produce contenidos) en diferentes redes sociales y mucho más, para personas que desconozcan cómo funcionan estas tecnologías.

- También representa un peligro de exclusión, justamente de aquellas personas que no comprendan el funcionamiento de estas herramientas y más aún, que ni siquiera tengan acceso a Internet.

La Inteligencia Artificial va a un ritmo vertiginoso. Mientras se escribe este Plan, es probable que salgan a la luz nuevos desarrollos y aplicaciones y será mucho más acelerado para los años venideros. Con el horizonte de este Plan a 2035, puede ocurrir que el avance de estas tecnologías haya impactado con fuerza el sector de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria.



Visita nuestro canal de YouTube  
y **viaja por los territorios de  
Antioquia** a través de nuestros  
encuentros zonales



# Matriz DAFO

## Área de Comunicación Ciudadana y Comunitaria

Como parte de las elaboraciones del diagnóstico, se identificó esta matriz DAFO, que ha sido complementada por los actores del sector consultados.

Tabla 1. Matriz DAFO. Área de Comunicación Ciudadana y Comunitaria

### Debilidades

1. Incomprensión de que la cultura va más allá de las dinámicas artísticas y culturales y debe ser entendida como una dimensión transformadora de la sociedad en la que los medios de comunicación son fundamentales.
2. Bajos niveles de ejecución del Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria 2014–2020.
3. Medios comunitarios formalizados que no necesariamente responden a la apuesta comunitaria desde sus contenidos.
4. Débil sostenibilidad de medios comunitarios y procesos comunicacionales emergentes no formalizados.
5. Ausencia de redes y articulaciones de agentes de la comunicación ciudadana y comunitaria.
6. No está claro el alcance de algunos medios y el papel de la comunicación en la cultura.
7. Débil funcionamiento del Consejo Departamental de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios.
8. Formación profesional centralizada en lugares urbanizados del departamento.
9. Poca presencia de procesos comunicativos y contenidos desde la perspectiva étnica y población diferencial.
10. Poca integración de la comunicación en los planes de desarrollo municipales. Al no estar incluidos en los planes de desarrollo municipales, los medios se quedan sin asignación presupuestal y eso los lleva a debilitamiento e incluso desaparición. (Amenaza también)
11. Desconexión entre procesos de medios comunitarios departamentales con los nacionales.
12. Visión instrumentalista y unidireccional de la comunicación. Los medios se perciben funcionales sólo para la divulgación.
13. Desconocimiento del Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria por parte de los consejeros del sector y de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios del departamento.



14. Baja capacidad técnica e infraestructura básica instalada para la comunicación ciudadana y comunitaria en las regiones, pues no todos los medios tienen acceso a estos recursos y equipos.
15. Ejercicios de autocensura de los medios, por situaciones de orden público o con actores armados que hacen que los medios no publiquen o tengan que buscar alianzas por fuera de los territorios para publicar ciertos contenidos y no afectar su seguridad.
16. Poca participación de los consejeros municipales de comunicación en la toma de decisiones frente a acciones que se realizan en los territorios, no por falta de interés de los consejeros sino por la poca apertura que brinda el ICPA para hacer parte de la mesa donde se gesta el diálogo.
17. Ambigüedad entre comunicación y medios, pues el Plan es de Comunicación Ciudadana y Comunitaria y el Consejo Departamental es de Medios Ciudadanos y Comunitarios.

## Fortalezas

1. Capacidad técnica e infraestructura básica instalada para la comunicación ciudadana y comunitaria en las regiones.
2. Existencia de procesos independientes y autogestionados con autonomía de contenidos.
3. Liderazgos de agentes comunicacionales empíricos que desarrollan su labor desde la potencia y no la carencia.
4. Renovación de narrativas y estéticas desde las lógicas disruptivas y propositivas de las juventudes.
5. Experiencias de agremiaciones y redes existentes.
6. Existencia de experiencias exitosas pasadas de procesos pasados como Red Antioquia.
7. Existencia de la Política Pública de Medios y Procesos de Comunicación Alternativos, Independientes, Ciudadanos y Comunitarios de Medellín, vigente desde 2019.
8. Disposición de los medios para trabajar e integrarse con los temas culturales en las regiones.

## Amenazas

1. Los impactos negativos de la pandemia en la economía de los procesos artísticos y culturales. Cierre de procesos.
2. Actores armados que permanecen en los territorios, fenómenos de microtráfico que afectan, principalmente, a la población juvenil.
3. Limitación de acceso a conectividad e infraestructura en zonas rurales del departamento.
4. Poca integración de la comunicación en los planes de desarrollo municipales. Al no estar incluidos en los planes de desarrollo municipales, los medios se quedan sin asignación presupuestal y eso los lleva a debilitamiento e incluso desaparición. (Debilidad también).
5. Asignación de recursos públicos a los medios de comunicación en la lógica clientelista.
6. Poca interrelación o comunicación de los medios con las secretarías de cultura de los municipios en los que cada consejero tiene incidencia.
7. Creación de nuevos medios (Bodegas) para hacerle marketing político al gobernante de turno.
8. Estigmatización y baja credibilidad de los medios que sí hacen un trabajo serio por la comunicación comunitaria (generadas por el alcance o el impacto de las bodegas).
9. Los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios del departamento no son parte de la agenda del ICPA pues hay una visión instrumentalista de la comunicación.
10. Ausencia de un profesional encargado de manera exclusiva del acompañamiento y apoyo al área de medios ciudadanos y comunitarios desde el ICPA, como sí lo tienen las demás áreas.
11. La gran cantidad de formatos de comunicación con que se cuenta actualmente en el país y por ende en el departamento (puede ser una oportunidad).
12. Amplia legislación sobre los medios de comunicación en Colombia, dispersa en varias entidades (Ministerios de Cultura y de TIC, comisiones de regulación, entre otras), que no tiene criterios uniformes para el tratamiento, regulación y funcionamiento de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios y en algunos casos presenta contradicciones.

## Oportunidades

1. Presencia de pregrados y universidades para la formación (posibles alianzas intersectoriales).
2. Articulación con el área de audiovisuales.
3. La posibilidad de incidir en procesos de planeación nacional (Plan Nacional de Cultura) y departamentales (Antioquia 2040) que hablan desde las artes.
4. Incursión en escenarios digitales y plataformas tecnológicas como herramientas creativas.
5. La gran cantidad de formatos de comunicación con que se cuenta actualmente en el país y por ende en el departamento (se mencionó como amenaza).

ICPA 2023

# Otros aportes

En conversaciones realizadas a finales del 2022, con algunos de los consejeros de comunicación de las subregiones, para revisar el diagnóstico y evidenciar posibles acciones hacia la formulación de la parte estratégica del Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria 2023–2035, se mencionaron algunos elementos importantes para complementar el diagnóstico.

Para la consejera del Valle de Aburrá, Claudia Marcela Londoño Ríos, **la principal debilidad, antes que cualquier otra, es que el sector de la comunicación comunitaria no está incluido, con recursos, indicadores, metas, programas ni proyectos en los planes de desarrollo de los municipios.** A excepción de Medellín, “al no estar incluidos en los planes de desarrollo municipales, los medios se quedan sin asignación presupuestal y eso los lleva a debilitamiento e incluso desaparición” (Medellín, Antioquia. Virtual. Diciembre 13 de 2022).

Así mismo, agrega como debilidades la asignación de recursos públicos a los medios comunitarios, en la lógica clientelista, lo cual también puede ser una amenaza y la autocensura de los periodistas y comunicadores independientes, por situaciones de orden público o con actores armados que hacen que los medios no publiquen o tengan que buscar alianzas por fuera de los territorios para publicar ciertos contenidos y no afectar su seguridad. Sobre algunas de las amenazas, habla de “la creación de nuevos medios (Bodegas) para hacerle marketing político al gobernante de turno, lo cual a su vez genera estigmatización y baja credibilidad de los medios que sí hacen un trabajo serio por la comunicación comunitaria (generadas por el alcance o el impacto de las bodegas)”. De otro lado, para ella una de las fortalezas del sector es la ya existente Política Pública de Medios y Procesos de Comunicación Alternativos, Independientes, Ciudadanos y Comunitarios vigente para Medellín, pues se trata de un proceso del que se puede aprender.

Por su parte, Leidy Carolina Giraldo Montoya, consejera de comunicación por la región Oriente, expresa que hay poca participación de los consejeros de comunicación en procesos en los que se toman decisiones en las regiones y explica que, no por falta de disposición de los representantes del sector, sino por el **desconocimiento de las entidades e instituciones, especialmente públicas, sobre el carácter de los medios como agentes transformadores de la sociedad.** “Nos contactan sólo para difundir contenidos importantes para las regiones, pero no para incidir en las decisiones siendo realmente artífices de esa consejería, de esa labor de consejeros” (Marinilla, Antioquia, virtual. Diciembre 11 de 2022). Y afirma que esta falta de visibilidad se refleja en la debilidad del Consejo Departamental de Medios Ciudadanos y Comunitarios.

Este planteamiento se evidencia en este aparte del diagnóstico del sector, que señala que “(...) la debilidad de un Consejo poco activo, con poca articulación y sin incidencia, se suma a la ambigüedad entre comunicación y medios, la falta de claridad del papel de estos en las dinámicas culturales y se agrava con la particularidad de que los y las agentes de la comunicación ciudadana y comunitaria no se encuentran propiamente adscritos o se auto reconocen como sector cultural. Esto significa que no existe un seguimiento ni ciudadano ni institucional a los planes que del área se generen, ni en perspectiva del Plan Departamental anterior, ni en proyectiva del nuevo” (ICPA, 2022, p. 47 y 48).

Para el consejero de comunicación del Suroeste, David Fernando Molina Parra, es muy claro que la mayor debilidad del sector está en el desconocimiento del Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria 2014–2020. Los bajos niveles de ejecución de ese instrumento se deben “a que no lo conocemos” (Urrao, Antioquia, virtual. Diciembre 14 de 2022).

Este argumento también lo refuerza el representante de los medios de comunicación en el Consejo Departamental, Juan Guillermo Cano Vargas, quien señala que “se ha tenido siempre un plan departamental que no trasciende, se retoma cuando se va a modificar, de resto, en ningún otro momento” (Medellín, enero 4 de 2023). Agrega que otro aspecto importante del diagnóstico, como debilidad, es que “los medios no somos parte de la agenda pública del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, sólo nos llaman para difundir contenidos o para reuniones, para justificar los recursos. No se valora lo que se tiene en el territorio, a sabiendas de que son los actores más importantes que se tienen en cada uno de los municipios y por consiguiente en las regiones, en el Departamento. Eso es una falencia y es por eso que no nos sentimos parte de la cultura, no es por culpa nuestra sino por falta de coordinación” (Medellín, enero 4 de 2023).

Otras debilidades que surgieron de este grupo de entrevistas, adicionales a las contenidas en el diagnóstico inicial fueron:

18. Débil sostenibilidad económica, social, técnica, jurídica, formativa y política (desde el sentido de lo público, no de partidos políticos) de los medios comunitarios y procesos comunicacionales emergentes no formalizados.
19. Ausencia de reconocimiento profesional del conocimiento y saberes de los comunicadores empíricos en las regiones.
20. Dificultades para el relacionamiento con las administraciones municipales por diferencias políticas.
21. Poca capacidad para la producción de contenidos suficientes y con calidad para llenar parrillas o medios.
22. Dificultades de acceso de todos los medios a los procesos de redes y asociaciones (no todos hacen parte y por tanto no se benefician).
23. Deficiente capacidad técnica e infraestructura básica para la producción y difusión de contenidos. (Aparece como fortaleza, pero se menciona que no se puede generalizar porque no todos tienen acceso a estas posibilidades, incluso ni en el Valle de Aburrá).
24. Falta comprensión de que la cultura va más allá de las dinámicas artísticas y culturales. Debe ser entendida como una dimensión transformadora de la sociedad.

También es importante resaltar en este ítem, el diagnóstico que contiene el Documento Conpes Económico 3506 de 2008, que define los Lineamientos de Política para el Fortalecimiento del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora. Se incluyen, por ser los únicos medios (junto con los prestadores de televisión comunitaria) que son considerados comunitarios por la ley en Colombia y porque de estas debilidades se desprenden algunas estrategias del plan.

- “Debilidades en la convocatoria de los concesionarios a los diferentes sectores locales para que participen en las juntas de programación de la emisora, en la elaboración de los manuales de estilo, en los eventos de rendición de cuentas sobre el quehacer de la emisora, o en la conformación de colectivos ciudadanos de producción que reflejen los intereses y necesidades locales.



- Falta de conocimientos para producir, programar y desarrollar contenidos en espacios que involucren temas de interés público y tengan en cuenta los contextos locales y regionales.
- Ausencia de proyectos culturales comunicativos de las comunidades sobre lo que tiene sentido para ellas y las maneras de enriquecer esos sentidos.
- El desconocimiento de las audiencias locales, y del contexto local y regional por parte de realizadores y programadores.
- Falta de evaluaciones que midan el impacto de la programación en los procesos de transformación social, para ajustar las propuestas radiofónicas y proyectar la labor de las emisoras de manera sostenible.
- Las emisoras comunitarias, en su mayoría, no adelantan procesos de planeación para el desarrollo de sus actividades, lo cual es un obstáculo para el cumplimiento de sus objetivos.
- Se encuentran debilidades en la formulación y gestión de proyectos ante entidades públicas y de cooperación, con el objetivo de contar con fuentes de financiación complementarias.
- Las organizaciones y redes departamentales de radio comunitaria carecen de recursos suficientes para la movilización de sus miembros, a fin de realizar encuentros e intercambios y acompañar y asesorar a sus emisoras afiliadas.
- Las Emisoras Comunitarias no cuentan con instancias formales de interlocución adecuadas con el Ministerio de Comunicaciones que orienten de manera integral y articulada las políticas, su implementación y evaluación” (DNP, 2008, p. 7).

También se mencionaron fortalezas adicionales:

**9.** Disposición de los medios para trabajar con los temas culturales en sus zonas.

**10.** Existencia de la Política Pública de Medios y Procesos de Comunicación Alternativos, Independientes, Ciudadanos y Comunitarios de Medellín.

**11.** “Se destaca la participación de las Emisoras Comunitarias en el Sistema Nacional de Cultura a través de los Consejos de Medios y del Programa de Radios Ciudadanas y Comunitarias”. (DNP, 2008, p. 7).

Como parte de las amenazas, salieron a la luz algunas nuevas:

**13.** Dificultades para el relacionamiento con las administraciones municipales por diferencias políticas. (También se planteó como debilidad).

**14.** Distanciamiento entre los medios de comunicación comunitarios y las dependencias municipales, especialmente para los temas culturales (secretarías de cultura, casas de cultura).

**15.** Bajo presupuesto para la realización de actividades culturales en los municipios.

**16.** Estigmatización y baja credibilidad de los medios que sí hacen un trabajo serio por la comunicación comunitaria (generadas por el alcance o el impacto de las bodegas).

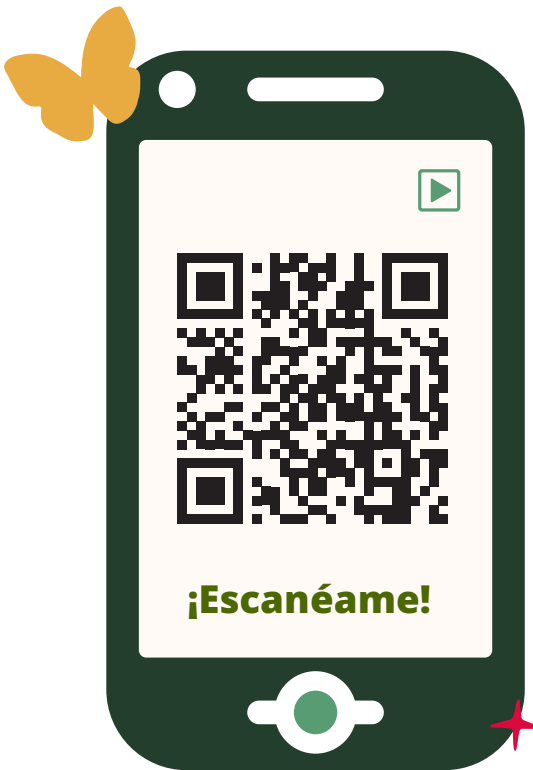
En diferentes diálogos con actores relacionados con el sector de los medios, se evidencian otras amenazas como: la gran cantidad de formatos de comunicación con que se cuenta actualmente en el País y, por ende, en el Departamento (ya se mencionaban más arriba, medios tradicionales como impresos, pero además radios comunitarias de espectro, radios digitales, canales de televisión, blogs, páginas web y la amplia gama de opciones que hoy ofrecen las redes sociales para difundir contenidos).

Adicionalmente, se hizo visible la amplia variedad de legislación sobre los medios de comunicación en Colombia, dispersa en varias entidades (Ministerios de Cultura y de TIC, comisiones de regulación, entre otras). Este cúmulo de normas no tiene criterios uniformes para el tratamiento, regulación y funcionamiento de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios y en algunos casos presentan contradicciones, como lo que se considera comunitario por parte del MINTIC (sólo emisoras de espectro y televisión comunitaria), aunque ese carácter pueda dársele también el tipo de proceso que desarrolle el medio en su entorno social y con su comunidad, sin que intermedie una declaratoria legal.

No se identificaron más oportunidades.

¿Qué hacemos para que la cultura sea #sostenible económica, social, ambiental y políticamente?

Mira nuestro octavo foro itinerante de cultura











# Segunda Parte:

La realidad imaginada

# 1. Horizontes 2035

De acuerdo con el panorama actual, el sueño es que para 2035 la Comunicación Ciudadana y Comunitaria en el Departamento de Antioquia cuente con medios y procesos comunicativos fortalecidos y consolidados; empoderados de su valor local y articulados a los procesos municipales como los actores sociales y de incidencia en la participación y la movilización ciudadanas. Estarán integrados de manera armónica y permanente, también, a las dinámicas artísticas y culturales de sus territorios y trabajarán de la mano de los agentes culturales de sus localidades en la visibilización del sector cultural, en todas y cada una de sus manifestaciones. Tendrán un relacionamiento cercano y de confianza con la Gobernación de Antioquia y con el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, para liderar con corresponsabilidad y gobernanza las políticas culturales del departamento.

La comunicación ciudadana y comunitaria estará incluida en los planes de desarrollo de todos los municipios del Departamento y el sector contará con recursos propios para la ejecución de programas y proyectos durante los períodos de gobierno de los alcaldes. Los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios gozarán de sostenibilidad social, económica, técnica, jurídica, formativa y política (no de partidos sino desde el sentido de lo público) y tendrán procesos de escuelas o semilleros para formar los relevos generacionales. Para 2035, el sector de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria tendrá suficiente capacidad instalada y será el pilar fundamental de la interculturalidad en el departamento de Antioquia.

De igual forma, serán procesos comunicacionales incluyentes, con enfoque diferencial, étnico y territorial y conformarán un Consejo Departamental de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios activo, fortalecido y reconocido a nivel departamental, como importante dinamizador de la comunicación local y la cultura en los territorios de Antioquia.



Aunque estarán mucho más presionados por el avance vertiginoso de la tecnología, los comunicadores profesionales, empíricos y aficionados estarán cualificados para producir contenidos de alta calidad y responder a las tendencias que se presenten. Aquí es importante mencionar que, desde ahora, los medios de comunicación se enfrentan a la aparición y uso de la Inteligencia Artificial (IA) para la producción de contenidos en formatos de texto y productos audiovisuales, lo cual hace mucho más necesario avanzar en procesos formativos de alto valor para cualificar estos agentes comunicativos en los territorios y responder con contenidos apropiados para sus comunidades.

A pesar de las tendencias y del avance de la tecnología, el gran llamado para el futuro cercano y hacia 2035 será pensar global y actuar local, lo cual significa, no perder de vista lo que pasa afuera, a nivel mundial, los avances y descubrimientos, las nuevas herramientas, pero continuar siendo los principales artífices del desarrollo social de sus comunidades a escala local.

## 2. Sueños de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria en Antioquia

Los anhelos de los representantes de los procesos y medios de comunicación comunitaria en Antioquia transitan entre la visibilidad en todos los niveles territoriales (municipios, subregiones, departamento, país); la integración con sus pares y con otros actores del desarrollo local y regional y el reconocimiento de los saberes a sus actores o representantes, pues son personas que llevan muchos años o décadas haciendo comunicación de manera empírica pero aún no acceden a ciclos de profesionalización ni de reconocimiento académico de lo que hacen a diario.

Adicionalmente, sueñan con la materialización del firme compromiso para su fortalecimiento y acompañamiento, por parte de entidades públicas y privadas, a través de diferentes mecanismos que, no necesariamente, tienen que ver con el dinero. Aquí se refieren a convocatorias de estímulos, becas, premios y reconocimientos a producción y/o trayectoria, intercambios de saberes, alianzas estratégicas y también pauta publicitaria o convenios económicos para producción conjunta de contenidos y piezas culturales. También sueñan con una formación apropiada al sector, que responda a estos sueños y le permita superar sus debilidades, además que se ajuste a las dinámicas territoriales propias de los lugares en los que tienen incidencia los medios y procesos de comunicación, además de adaptarse a los formatos y maneras emergentes de comunicar. Todo lo anterior, bajo parámetros de inclusión y equidad con todos los enfoques posibles incorporados y sin discriminación al sector que, consideran, puede ser el dinamizador fundamental de la cultura en Antioquia.

A partir de una de las principales debilidades, la de no sentirse parte fundamental del sector cultural, sueñan con que la cultura, sus actores y representantes en todas las demás áreas artísticas y culturales y la sociedad entera, reconozcan a los medios y procesos de comunicación como “organizaciones que utilizan la comunicación como herramienta transformadora de la sociedad”.

Otro sueño es que la comunicación y la cultura no se queden ancladas en las ciudades o en los municipios centrales de las subregiones, sino que puedan llegar a todos los rincones, hasta la última vereda y corregimiento de Antioquia. Aquí el deseo habla, por ejemplo, de contar con emisoras comunitarias en las zonas rurales de todos los municipios y que esas comunidades puedan ser capacitadas para apropiarse de las nuevas tecnologías y no solo puedan ser escuchadas y visibilizadas sino, ellas mismas, observar y comunicar sus territorios desde sus visiones y sus cosmogonías.

También se sueña con que los jóvenes (herederos de los relevos generacionales) se empoderen de sus propias maneras de comunicar y puedan transformar sus entornos en lugares que expresen todas las manifestaciones artísticas y culturales, incluidas las ancestrales y afros, resguarden la memoria y el patrimonio y puedan reflejar las prácticas y dinámicas locales con transparencia, sin estigmas y con asertividad para el amplio desarrollo de sus territorios.

El gran sueño sigue siendo que la Comunicación Ciudadana y Comunitaria sea el motor de la transformación cultural del departamento, como sector que conserva, visibiliza y moviliza la cultura del territorio.

Que sea una realidad comunicar para visibilizar el territorio desde sus expresiones culturales, ambientales, patrimoniales, turísticas, sociales y de desarrollo.

# 3. Los retos para la Comunicación Ciudadana y Comunitaria

De todas las áreas que contempla el Plan Departamental de Cultura de Antioquia, sin duda, la de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria es la que tiene más retos hacia 2035. Cuando una expresión se desarrolla entre debilidad económica y técnica, desarticulación, con bajos niveles de sostenibilidad, amenazas a la integridad, invisibilidad, desarticulación, pero además con el desencanto y la desconfianza propia de sus representantes, apáticos en su mayoría ante las propuestas de las entidades públicas, es un sector cuyas dificultades son grandes desafíos.

En ese panorama se mueve la Comunicación Ciudadana y Comunitaria en Antioquia, lo cual hace muy importante plantear los principales retos de este Plan Departamental a 2035. Si no se alcanzan algunos de ellos, al menos los principales el sector continuará, como hasta ahora, en el ostracismo y la invisibilidad, con amenazas constantes a su accionar, sin poder avanzar a condiciones de sostenibilidad económica, técnica, social y política (desde la apropiación en los territorios) ni tampoco como agente crucial del desarrollo social y cultural en los municipios y las subregiones del departamento.



- Para fortalecer la Comunicación Ciudadana y Comunitaria, los retos que propusieron los diferentes actores y representantes del sector son éstos:
- Garantía del Derecho a la Comunicación y acceso igualitario a la información.
- Reconocimiento y reafirmación como actores con capacidad de incidir y fortalecer la configuración de agendas territoriales en sus municipios y subregiones.
- Preservación de posturas imparciales ante la realidad de su territorio con la verdad como principio rector de su trabajo.
- Comprensión de su labor al servicio de las comunidades y no de las administraciones locales.
- Entendimiento como parte fundamental del ecosistema cultural de su territorio como agentes en la capacidad de representación, divulgación y preservación de la identidad.
- Reconocimiento de las potencialidades de un ecosistema cultural como oportunidades para generar alianzas y potenciar su impacto a través del trabajo en red.

- Mapeo y reconocimiento de oportunidades de financiación para la sostenibilidad en el tiempo y aumento de alcance, sin depender de administraciones municipales.
- Fortalecimiento de su vínculo con las administraciones municipal, departamental y nacional.
- Articulación estética y simbólica con las prácticas culturales y artísticas, de memoria y patrimonio que se espera comunicar o difundir.
- Integración de la comunicación a la cadena de valor de la cultura en Antioquia.
- Generación de procesos de formación en doble vía para garantizar la real integración de los sectores cultural y artístico con el de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria.
- Comunicación como motor de producción de contenidos críticos en la apropiación social de las artes y la cultura en los territorios.
- Responsabilidad ética frente a la desinformación ciudadana.
- Cualificación técnica y política: incidencia para una comunicación no solo más efectiva sino más contextualizada.
- Comunicación para la defensa territorial, que involucre la preservación y divulgación de las memorias culturales y comunitarias.
- Fortalecimiento y cualificación del Consejo Departamental de Medios Ciudadanos y Comunitarios.
- Acompañamiento permanente al sector por parte del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, con un profesional asignado exclusivamente para apoyar al Consejo y a los medios y procesos de comunicación de las subregiones del departamento.
- Participación e incidencia por parte del sector de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria en los consejos municipales de cultura.
- Inclusión de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria en los planes de desarrollo municipal, con programas, proyectos, metas, indicadores y presupuesto.
- Diversificación de las narrativas territoriales para incluir nuevas manifestaciones artísticas, culturales, de preservación del patrimonio y de difusión y conservación de expresiones indígenas y afros.
- Consolidación de procesos de intercambio y circulación de saberes y experiencias (se sugiere una especie de Antioquia Vive las Comunicaciones).
- Amplia difusión y pedagogía del Plan Departamental de Cultura y del Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria.
- Sector de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria, empoderado, corresponsable y apropiado de todos los procesos de desarrollo local.



# Tercera Parte: Plan del Área

La realidad posible



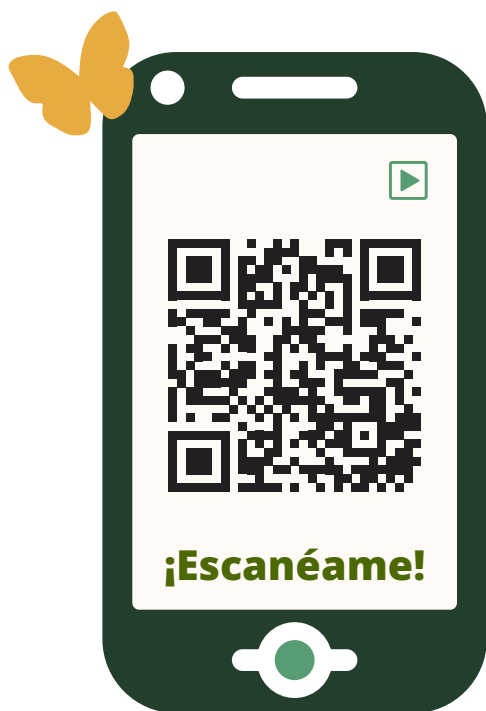




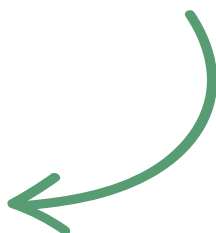
# 1. Descripción del plan

El Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria 2023–2035 es el documento que señalará el norte para los procesos y medios de comunicación ciudadanos y comunitarios existentes en los municipios de las nueve subregiones del departamento de Antioquia, los cuales son producidos o dirigidos por comunicadores profesionales, empíricos o aficionados independientes.

Las líneas estratégicas se plantean a partir de las principales debilidades encontradas en el diagnóstico del sector. Están enfocadas a responder a los retos que será necesario asumir en el corto, mediano y largo plazo para cualificar el sector, empoderarlo, fortalecerlo y lograr su reconocimiento como actor fundamental del desarrollo social, ambiental, local y cultural del departamento de Antioquia.



Visita [www.culturantioquia.gov.co](http://www.culturantioquia.gov.co) y descubre más sobre los planes de áreas artísticas y culturales



# 2. Objetivos del plan

## 2.1 Objetivo general

Fortalecer la comunicación ciudadana y comunitaria como proceso de creación e intercambio de sentidos desde y para la cultura en el departamento de Antioquia.

## 2.1 Objetivos específicos

- Promover la comunicación ciudadana y comunitaria como un proceso fundamental para el diálogo intercultural en el departamento de Antioquia.
- Articular la comunicación ciudadana y comunitaria a las dinámicas culturales de los territorios de las nueve subregiones del Departamento.
- Brindar herramientas para la apropiación del Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria, por parte de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios de Antioquia.
- Generar espacios de formación y cualificación de los agentes de la comunicación ciudadana y comunitaria en el Departamento.



# 3. Cadena de valor de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria

*“Una cadena es tan fuerte como su eslabón más débil”  
Thomas Reid, filósofo escocés del siglo XVIII.*

La cadena de valor es el desarrollo de las actividades que se realizan para generar valor en un producto final. Para el caso de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria se tomará el concepto de cadena de valor como una serie de procesos que deben darse para contar con resultados finales eficientes, que generen incidencia, participación y apropiación, además de fortalecimiento de los actores involucrados en todas las actividades que se deben realizar para llegar a esos productos finales.

En Comunicación Ciudadana y Comunitaria esta cadena de valor es diferente a la de los procesos culturales y artísticos, debido a que justamente no es un área con un producto tangible cuya dinámica es clara y evidente. Para este sector, a veces, por ejemplo, las publicaciones en diferentes formatos y medios son tangibles, pero a veces no lo son, pues se trata de interacciones, foros, tertulias, piezas de conservación de la memoria, entre otros. Por eso este aparte del Plan hablará de esos asuntos que son necesarios para que el área se consolide y se fortalezca en esa interacción con los demás actores y como parte del ecosistema cultural.

## 3.1 Eslabones de la cadena de valor en Comunicación Ciudadana y Comunitaria

### 3.1.1 Formación

Fundamental para la cualificación, en todos los aspectos, de los actores y representantes de los medios y procesos de comunicación, de los sectores culturales y artísticos y de las comunidades involucradas en el proceso de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria.

### 3.1.2 Fortalecimiento

Una vez se desarrollen acciones de capacitación en diversos temas, habilidades y competencias para los medios y procesos de comunicación, sus actores y representantes tendrán herramientas de empoderamiento, cualificación y crecimiento de cada una de las dinámicas en las que participan.

### 3.1.3 Producción

Se refiere a la elaboración de contenidos, productos, piezas, resultados de las acciones de los representantes del sector, a través de plataformas mediáticas o en medios emergentes.

### 3.1.4 Difusión

La publicación como tal de lo realizado, en cualquiera de los formatos mencionados y a través de medios como tales o eventos y actividades para los que no medie una plataforma comunicativa.

### 3.1.5 Integración o intercambio

Una etapa importante del proceso de formación, cualificación y fortalecimiento es la posibilidad de intercambio de saberes con sus pares, con otros colectivos u organizaciones, que permitan conocer los modelos de trabajo, qué ha funcionado, errores cometidos para aprender y formas de llevar a cabo los procesos. De igual manera, la articulación e integración con procesos similares a través de redes de medios, para lograr beneficios conjuntos para el sector y generar mayor incidencia a nivel municipal, regional y nacional.

### 3.1.6 Apropiación social

Se relaciona con la forma como las comunidades ven o se apropian del proceso o medio de comunicación, es la credibilidad del actor comunicativo, es la sostenibilidad social en el municipio o subregión en la que tiene asiento la actividad. En el caso de Comunicación Ciudadana y Comunitaria, aunque no sea parte del proceso de producción de contenidos de manera directa (aunque también puede serlo en el tiempo y a mayor sentido de identidad con el medio), la apropiación social debe estar en la cadena de valor porque le da legitimidad al medio o proceso de comunicación y le garantiza sostenibilidad social, política y, en algunos casos, financiera.

### 3.1.7 Incidencia

El fin último de esta cadena de valor es la posibilidad de que los actores y representantes de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria de Antioquia incidan en el desarrollo local, en las dinámicas que afecten al sector y en los procesos culturales, sociales, ambientales y territoriales de sus municipios o de las subregiones en las que se encuentran.

### 3.1.8 Análisis transversales de las líneas estratégicas

Aunque se menciona en todos los encuentros, foros, grupos focales y talleres que la Comunicación Ciudadana y Comunitaria debe ser un elemento transversal a todas las áreas artísticas y culturales, es importante tener en cuenta que, para el caso del Plan Departamental de Cultura de Antioquia, es una de las ocho áreas que lo componen. Eso significa que puede verse **la Comunicación Ciudadana y Comunitaria como la oportunidad de que no solo sea transversal sino un componente explícito, presente y vivo, que aporta valor a todas las dinámicas artísticas y culturales del Departamento.** Como se menciona en los retos, se plantea el desafío de que la comunicación se entienda como parte fundamental del ecosistema cultural de su territorio como agentes en la capacidad de representación, divulgación y preservación de la identidad.

En ese sentido entonces, la Comunicación Ciudadana y Comunitaria tiene relación directa y explícita con todas las áreas artísticas y culturales contenidas en el Plan Departamental de Cultura, aunque tiene más cercanía con las que se mencionan a continuación:

## Cine y audiovisuales

Afín por formatos, plataformas, productos y piezas, además de lenguajes, teniendo en cuenta que lo audiovisual (no tanto el cine) es una de las tipologías de medios de comunicación.

## Patrimonio

La comunicación es la herramienta básica para contar las historias que permiten preservar el patrimonio, así como la fotografía y el video son instrumentos para visibilizar esos contenidos. La Comunicación Ciudadana y Comunitaria facilita la preservación de la memoria, la difusión de los temas de patrimonio material e inmaterial y propicia el intercambio de experiencias entre las comunidades y los expertos en el asunto patrimonial.



## Otros aspectos

Aunque no son áreas artísticas y culturales como tal, la Comunicación Ciudadana y Comunitaria sí facilita la inclusión, la visibilidad, la difusión, promoción e intercambio de las expresiones indígenas ancestrales y de las comunidades afrodescendientes. De hecho, varias de estas comunidades utilizan los medios y formatos comunicacionales para producir sus contenidos ajustados a su realidad territorial, guardar la memoria, hablar de sus costumbres y manifestaciones y generar apropiación.

De igual manera, ha facilitado la elaboración de contenidos relacionados con problemáticas ambientales, la mayoría para la defensa de los territorios (contra la minería en el Suroeste o por la preservación del agua en el Oriente). Aquí la Comunicación Ciudadana y Comunitaria es el instrumento para generar movilización, llamar a la acción, empoderar a las comunidades y generar incidencia por parte de las comunidades en procesos que les afectan. Estos modelos de movilización e incidencia pueden ser replicables para los temas artísticos y culturales y es justamente la comunicación la que puede propiciar esos acercamientos.

# 4. Ejes estratégicos

Tabla 2. Ejes Estratégicos, Programas y Líneas de Acción. Plan de Comunicación Ciudadana y Comunitaria.

## Eje estratégico 1.

### Medios de comunicación como escenarios de lo público.

Programa	Líneas de acción
1.1 Comunicación Ciudadana y Comunitaria para la incidencia y la participación	1.1.1 Cualificación de los actores para el fortalecimiento de la Gobernanza frente a lo relacionado con la comunicación ciudadana y comunitaria.
	1.1.2 Incidencia en los planes de desarrollo municipales y otros instrumentos de planeación en los municipios, en las regiones y en el Departamento, para la inclusión de la comunicación ciudadana.
1.2 Formación y sensibilización para ejercer la Ciudadanía Cultural	1.2.1 Vinculación de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios a las dinámicas culturales de los municipios, las regiones y el Departamento.
	1.2.2 Formación en doble vía sobre el relacionamiento entre comunicación y cultura.
	1.2.3 Intercambio permanente de experiencias entre el sector cultural en las diferentes áreas y los medios y procesos de comunicación ciudadanos y comunitarios.
1.3 Fortalecimiento del Consejo Departamental de Medios Ciudadanos y Comunitarios	1.3.3 Acompañamiento constante al Consejo Departamental de Medios Ciudadanos y Comunitarios y al sector en las 9 subregiones del Departamento.
	1.3.2 Pedagogía permanente al Consejo Departamental de Medios Ciudadanos y Comunitarios y los actores del sector.
1.4 Articulación del sector de medios ciudadanos y comunitarios	1.4.1 Creación de la Red Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria.
	1.4.2 Incremento en el número de redes y colectivos de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios existentes en el Departamento..

## Eje estratégico 2. Formación y cualificación integral de los agentes de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria.

Programa	Líneas de acción
2.1 Escuela de formación para la Comunicación Ciudadana y Comunitaria	2.1.1 Formación y cualificación integral de los actores del sector de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria.

## Eje estratégico 3. Gestión del conocimiento e investigación.

Programa	Líneas de acción
3.1 Caracterización de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios de Antioquia	3.1.1 Identificación de la tipología de los medios, condición académica de sus integrantes, sostenibilidad técnica y jurídica, fuentes de financiación, fecha de creación y agenda para la producción de contenidos, lista para finales de 2024.
	3.1.2 Identificación de la situación de seguridad de los integrantes de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios a finales de 2024.
3.2 Creación de un Observatorio Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria	3.2.1 Conformación de una Mesa de Trabajo para la estructuración y puesta en marcha del Observatorio Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria.

## Eje estratégico 4. Circulación y difusión permanente de contenidos y productos comunicacionales.

Programa	Líneas de acción
4.1 Producción y difusión de contenidos y productos culturales por parte de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios	4.1.1 Fomento para la producción y difusión de contenidos y productos culturales por parte de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios.
4.2 Intercambio de saberes y experiencias exitosas de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios del Departamento	4.2.1 Actividades constantes de intercambio de saberes entre los integrantes de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios.

## Eje estratégico 5. Sostenibilidad integral de los medios y procesos de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios.

Programa	Líneas de acción
5.1 Sostenibilidad técnica	5.1.1 Fomento a la actualización tecnológica de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios.
	5.1.2 Desarrollar capacidades técnicas y tecnológicas en los integrantes de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios.
5.2 Sostenibilidad jurídica	5.2.2 Fomento de la formalización de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios.

## Eje estratégico 6. Comunicación Ciudadana y Comunitaria para la Memoria, el Patrimonio, la Diversidad Étnica y la Paz.

Programa	Líneas de acción
<p>6.1 Promoción de la memoria, el patrimonio cultural, la diversidad étnica y la paz</p>	<p>6.1.1 Proyectos de comunicación ciudadana y comunitaria creados y fortalecidos en Antioquia que abordan temas relacionados con la memoria, el patrimonio, la diversidad étnica y la paz.</p>
	<p>6.1.2 Capacitación y formación en comunicación con enfoque diferencial para los integrantes de las comunidades étnicas que produzcan contenidos sobre la memoria histórica, el patrimonio cultural, a diversidad étnica y la paz o pertenezcan a medios de comunicación ciudadanos y comunitarios en sus comunidades.</p>
	<p>6.1.3 Alianzas y cooperación entre entidades gubernamentales, organizaciones de la sociedad civil, instituciones educativas y el sector privado para impulsar iniciativas de comunicación ciudadana y comunitaria en relación con la memoria, el patrimonio, la diversidad étnica y la paz.</p>
<p>6.2 Articulación e integración con todas las formas y procesos comunicativos de las comunidades étnicas de Antioquia</p>	<p>6.2.1 Articulación de colectivos y organizaciones étnicas productoras de contenidos comunicacionales apropiados a sus cosmovisiones a las estrategias de comunicación del ICPA.</p>
<p>6.3 Sinergias para la Comunicación Ciudadana y Comunitaria en el contexto PDET (Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial –PDET- del Acuerdo de Paz firmado en 2016)</p>	<p>6.3.1 Acompañamiento e incorporación de los procesos de Comunicación Ciudadana y Comunitaria en municipios PDET.</p>



# 5. Metas e indicadores

Para conocer la matriz estratégica de este plan y su relación con la DOFA, ingresa a nuestro sitio web [www.culturantioquia.gov.co](http://www.culturantioquia.gov.co) escaneando el siguiente código QR:



## 6. Fuentes de financiación

En el sector de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria este es uno de los temas más sensibles, debido a que hay variadas dificultades por parte de los medios de comunicación locales para acceder, fácilmente, a recursos para el sostenimiento de los procesos. Esto hace, como ya se ha mencionado más arriba, que los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios tengan, a veces, que desconocer su criterio social y comunitario y entregarse al ámbito comercial para poder subsistir o sacrificar su independencia para responder a intereses de grupos políticos y gobernantes de turno que les ayudan a financiar sus programas y productos periodísticos, a cambio de que silencien sus posturas críticas o seguimiento a la ejecución de los recursos públicos. Ante la dificultad para encontrar fuentes alternas de financiación, muchos medios de comunicación ciudadanos y comunitarios ven la pauta publicitaria como la única forma de ingresos. A lo anterior se suma que los que son denominados comunitarios por parte del Ministerio de las TIC (emisoras de espectro y canales de televisión locales), tienen restringida la posibilidad de comercializar pauta y solo les queda la posibilidad de hacer alianzas para la generación de recursos de sostenimiento.

Por esa razón el capítulo de sostenibilidad económica de los medios de comunicación en este Plan es uno de los más extensos, pues es indispensable para la supervivencia de los actores del sector, que se hallen y se incorporen fuentes alternas de financiación, especialmente no estatales, que les permitan fortalecerse y mantener, incluso, su independencia y autonomía periodísticas, aspectos claves para la incidencia y los ejercicios de veeduría ciudadana.

De igual manera, las inversiones en el sector cultural a nivel nacional no son suficientes, tal como lo señala el Plan Nacional de Cultura 2022--2032, documento en el que se expresa que “la inversión, el gasto público y los presupuestos para cultura a partir de sus diferentes fuentes de financiación resultan insuficientes para el desarrollo y fomento de la cultura a nivel nacional y territorial pues no satisfacen las necesidades y

demandas de los agentes del sector. Esta es, particularmente, la situación en municipios de menor categoría y en las zonas rurales. Así mismo, se considera que su distribución es inequitativa con las poblaciones, regiones y subsectores”. (Ministerio de Cultura, 2022, p. 55). E insiste en que “a nivel territorial, la gestión de los recursos y presupuestos para cultura es deficiente. Estos no son invertidos adecuadamente, la ejecución del gasto se divulga poco, lo cual condiciona el control social. Se desconocen las fuentes de financiación del sector y la asistencia técnica a las entidades territoriales es considerada insuficiente (p. 57).

Se enumeran, entonces, las principales fuentes de financiación para el sector de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, cuyo acceso y utilización, en varios casos, depende de la capacitación y habilidades de los integrantes del sector, en formulación de proyectos y en presentación de propuestas calificadas y de alta calidad a convocatorias de estímulos, becas o premios de periodismo.

#### Estas son las principales que se identifican:

- Participación de los entes territoriales (departamentos, municipios y distritos) en las transferencias de los Ingresos Corrientes de la Nación (ICN).
- Planes financieros y operativos anuales de inversiones de los planes de desarrollo municipales.
- Plan financiero y operativos anuales de inversiones del Plan de Desarrollo Departamental.
- Fuentes de financiación que defina el Plan Nacional de Cultura 2022—2032 (en revisión).
- Recursos generados por la estampilla Procultura, que los municipios pueden destinar a ciertos proyectos.
- Programa Nacional de Concertación Cultural, iniciativa del Ministerio de Cultura para fortalecer las actividades culturales a nivel territorial. A través de este programa se destinan recursos a proyectos culturales presentados por entidades públicas y privadas de diferentes regiones del país.
- El impuesto a la telefonía celular que provee recursos para convocatorias relacionadas con patrimonio.
- Fondos mixtos de cultura, que son entidades integradas por el Ministerio de Cultura y las gobernaciones y que financian proyectos culturales a nivel departamental. En Antioquia se creó a finales de los años 90 y desapareció.
- Alianzas con el sector privado, ya que las empresas deben garantizar unas acciones de responsabilidad social y en ellas se pueden generar sinergias con los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios.

- Venta de servicios o productos periodísticos o comunicacionales a empresas o entidades de los municipios y las subregiones.
- Programas de financiamiento para proyectos culturales del Banco de la República.
- Programas de cooperación internacional de entidades como la Unión Europea, la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), la Agencia de Cooperación Internacional de Corea (KOICA), entre otras.
- Organizaciones periodísticas a nivel mundial que financian proyectos de medios locales mediante convocatorias permanentes: Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), Fundación Gabo, Red Internacional de Periodistas (IJnet), Knight Center, entre otras.
- Colciencias, Colfuturo o la Comisión Nacional de Televisión.
- El Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera.
- Programas de mecenazgo y patrocinio por parte de empresas privadas y fundaciones. Estas organizaciones pueden establecer convenios de patrocinio, donaciones o alianzas estratégicas con artistas, instituciones culturales o festivales.
- Estímulos del Ministerio de Cultura; del Ministerio de las TicsTICs; del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia (ICPA) y de la Alcaldía de Medellín Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación.
- Programas que adelantan las cajas de compensación familiar.
- Premios de Periodismo convocados por diversas organizaciones públicas y privadas: Premio de Periodismo Fundación Gabo, Premio de Periodismo Simón Bolívar, Premio de Periodismo Semana, Premio de Periodismo Rey de España, Premios India Catalina, Premio de Periodismo Comunitario de Comfama, Premio de Periodismo Comunitario Alcaldía de Medellín, Premio Roche, Premio de Periodismo sobre Cambio Climático y Premio de Periodismo de Cornare, entre otros.
- Por último y muy importante para el momento actual, la monetización, que se conoce como el proceso de convertir el tráfico (número de visualizaciones, entradas o lecturas) de un sitio web o en una red social (Instagram, Facebook, Youtube, TikTok) en ingresos económicos. Esto se da mediante pagos por clics o valor por impresión. Es un mecanismo que ya muchos influenciadores utilizan para generar ingresos millonarios y que los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios podrían aprovechar muy bien para recibir dinero de manera independiente y conservando la autonomía.

# 7. Evaluación y seguimiento

Teniendo en cuenta que para el sector de la Comunicación Ciudadana y Comunitaria de Antioquia las problemáticas y las dificultades no han cambiado de manera sustancial entre el plan anterior y éste, pero especialmente porque el anterior no tiene índices de ejecución significativos, para el actual la evaluación y el seguimiento deberán ser más constantes, ojalá cada año durante la vigencia. Sin embargo, se proponen las siguientes estrategias de evaluación y seguimiento:

- Los indicadores: en la matriz de planificación estratégica se presentan indicadores tanto de impacto, de resultado, de proceso, de insumo y de gestión como estratégicos, con diferentes tipos de mediciones, tanto año a año, como por períodos de gobierno próximos durante la vigencia del Plan a 2035 (2024-2027 / 2028-2031 y 2032-2035). Adicionalmente, se sugiere medir el nivel de avances, de impacto, de beneficios de las actividades planteadas en varios de los ejes.
- El Observatorio que se propone en el eje de Gestión del Conocimiento, puede también recolectar información para facilitar el proceso de seguimiento y evaluación durante la vigencia del Plan y posteriormente.
- Es posible también hacer monitoreo de los mismos medios y procesos de comunicación ciudadanos y comunitarios, tanto en sus publicaciones y productos como el análisis de redes sociales para evaluar la efectividad de las acciones desarrolladas por el plan.
- De igual manera, se sugiere establecer mecanismos para recibir retroalimentación y opiniones de los ciudadanos sobre la comunicación ciudadana y comunitaria en todos los ámbitos que se incluyen en este Plan. Puede ser a través de encuestas, sondeos esporádicos, buzones de sugerencias, foros en línea u otras plataformas de participación ciudadana. Analizar y tener en cuenta esta retroalimentación puede ayudar a mejorar y adaptar el plan, en cualquiera de los períodos de tiempo mencionados, en función de las necesidades y expectativas de la comunidad.



- Evaluación periódica: realizar revisiones periódicas del Plan para evaluar su implementación y resultados. Estas evaluaciones pueden llevarse a cabo anualmente o en intervalos regulares para medir el avance, identificar desafíos y oportunidades, y realizar ajustes en la estrategia, según sea necesario. Además de cada año, se sugiere realizar estas revisiones en 2027, 2031 y 2035, años de finalización de períodos gubernamentales de los entes territoriales de todos los niveles.

## 8. Bibliografía

Alcaldía de Medellín. 2011. «Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011-2020». [https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano\\_2/PlandeDesarrollo\\_0\\_15/InformacinGeneral/Shared Content/Documentos/instrumentos/ps/CULTURAL.pdf](https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/PlandeDesarrollo_0_15/InformacinGeneral/Shared Content/Documentos/instrumentos/ps/CULTURAL.pdf).

———. 2019. Decreto 2124 de 2019 - política pública medios. Colombia. <https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/medellin/Temas/Movilizacion/Shared Content/2020/Decreto 2124 de 2019 - política pública medios -final.pdf>.

Barbero, José Martín. 1987. De los medios a las mediaciones. Editado por Gustavo Gili. Barcelona. <http://www.mcu.es/patrimonio/MC/IPHE/PlanesNac/>.

Comisión de regulación de comunicaciones. 2019. Ley 1978 de 2019. Progress in Retinal and Eye Research. Vol. 561. [https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/circular\\_crc\\_0124\\_2019.htm](https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/circular_crc_0124_2019.htm).

Comisión Nacional de Comunicación de los Pueblos Índigenas CONPIC-MPC. 2017. Política pública de comunicación de y para los pueblos indígenas Colombia. Bogotá D.C.

Congreso de la República de Colombia. 1993. Ley 70 de 1993. Por la cual se desarrollo el artículo transitorio 55 de la Constitución Política. Diario Oficial No. 41.013. Colombia. <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2006/4404.pdf>.

Consejo Nacional de Cultura. 2022. «Plan Nacional de Cultura 2022-2023. Cultura para la protección de la diversidad de la vida y el territorio.» Bogotá D.C. <https://www.mincultura.gov.co/planes-y-programas/Planes/plan nacional de cultura/Documents/2022/1 Plan Nacional de Cultura 2022-2032.pdf>.

Consejo Nacional de Política Económica y Social. República de Colombia. Departamento Nacional de Planeación. 2008. «Documento Conpes Económico 3506». Bogotá D.C. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Económicos/3506.pdf>.

Cultura, Ministerio de. 2009. «Política de comunicación/cultura». [https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-de-comunicacion-cultura/Documents/10\\_politica\\_comunicacion\\_cultura.pdf](https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-de-comunicacion-cultura/Documents/10_politica_comunicacion_cultura.pdf).

Departamento Administrativo de la Función Pública. 1996. Ley 335 De 1995. Vol. 1996. Colombia. [https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma\\_pdf.php?i=7155](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=7155).

———. 2015. «Decreto 1078 de 2015 Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones», 1-176.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). 2018. «Comunidades Negras, Afocolombianas, Raizales y Palenqueras».

———. 2022. «Encuesta de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en Hogares (ENTIC Hogares)». 2022. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/tecnologia-e-innovacion/tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-tic/encuesta-de-tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-en-hogares-entic-hogares#:~:text=En 2021%2C el porcentaje>.

Fundación para la Libertad de prensa (FLIP). Centro de Estudios. 2023. «Cartografías de la Información». 2023. <https://flip.org.co/cartografias-informacion/>.

Gobernación de Antioquia. 2022. «Plan Departamental de Cultura 2023 - 2035». 2022.

———. 2023. «Plan departamental de cultura 2023-». 2023. <https://culturantioquia.gov.co/noticias/53-ciudadania-cultural/consejos-departamentales/consejo-departamental-medios-comunicacion-ciudadanos-comunitarios/127-plan-departamental-de-comunicacion-ciudadana-y-comunitaria-2014-2020/>.

Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia. 2022. «Informe diagnóstico sobre el estado actual del área de comunicación ciudadana y comunitaria en el departamenteo de Antioquia, como insumo para la actualización del Plan del Área». [https://culturantioquia.gov.co/wp-content/uploads/2023/03/20230318\\_DIAGNOSTICO-COMUNICACION-CIUDADANA-Y-COMUNITARIA-EN-ANTIOQUIA.pdf](https://culturantioquia.gov.co/wp-content/uploads/2023/03/20230318_DIAGNOSTICO-COMUNICACION-CIUDADANA-Y-COMUNITARIA-EN-ANTIOQUIA.pdf).

Ministerio de Cultura de Colombia y Corporación Cultural Canchimalos, ed. 2013. «Memorias del foro Nacional de Cultura Viva Comunitaria». En *La cultura es viva y comunitaria, en los barrios y poblados de nuestra América Latina*, 112. Medellín. <https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl#inbox/>



## Sigamos conversando en:



@culturantioquia



Instituto de Cultura y  
Patrimonio de Antioquia



@culturantioquia



Cultura Antioquia







Aliada:



**UNIVERSIDAD  
DE ANTIOQUIA**

**AGENDA  
ANTIOQUIA  
2040**  
UNIDOS Construimos  
nuestro futuro



  
**GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA**

  
**UNIDOS**