

BOGOTÁ - COLOMBIA



POLÍTICA

PÚBLICA DE COMUNICACIÓN

COMUNITARIA



2023 - 2034



**INSTITUTO DISTRITAL DE LA
PARTICIPACIÓN Y ACCIÓN COMUNAL –
IDPAC**

Alexander Reina Otero

Director

Andrea García Albarracín

Subdirectora de Fortalecimiento
de la Organización Social

Omaira Morales Arboleda

Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones

Bogotá, Colombia.

2023

Prohibida su reproducción total o parcial, así
como su traducción a cualquier idioma sin
autorización escrita del IDPAC.

Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria y Alternativa para el Distrito Capital 2023 - 2034

La Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria y Alternativa para el Distrito Capital 2023 – 2034, busca promover la comunicación comunitaria y alternativa como proceso para la construcción democrática de la ciudad, a partir del fortalecimiento de los medios comunitarios y alternativos.

En la formulación de esta Política participó el 80% de los Medios de Comunicación Comunitarios registrados en el Directorio Distrital de Comunicación Comunitaria. Para ello se realizaron siete (7) mesas de trabajo, con los representantes de los sectores que hacen parte de la Mesa Distrital de Comunicación Comunitarios, y nueve (9) asambleas generales de los sectores establecidos en el Decreto 149 de 2008, con los Medios de Comunicación Comunitarios Registrados en el Directorio del IDPAC.

Objetivos Específicos de la Política Pública:

1. Fortalecer las capacidades organizativas de los medios comunitarios y alternativos para alcanzar los propósitos de la comunicación comunitaria y alternativa.
2. Promover el reconocimiento de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa por parte de la institucionalidad y las comunidades como promotores en el desarrollo social, cultural y político.
3. Incrementar el acceso a los recursos logísticos y económicos de los medios comunitarios y alternativos para el ejercicio de los procesos de comunicación comunitaria y alternativa.

Ejes de la Política Pública

1. Fortalecimiento de las capacidades organizativas de los medios comunitarios y alternativos de comunicación incorporando los enfoques de políticas públicas con énfasis en la promoción de los temas de paz y reconciliación.

Líneas de acción:

- a. Acciones de fortalecimiento organizativo de las personas integrantes de los medios comunitarios y alternativos.
- b. Formación de la ciudadanía en comunicación comunitaria.
- c. Fortalecimiento de las mesas locales de comunicación comunitaria.
- d. Desarrollo de contenidos sobre promoción de los derechos humanos y programas de educación y cultura.
- e. Fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios y alternativos como escenarios de mediación de paz y de diálogo público.

2. Gestión comunicativa de la política

Líneas de acción:

- a. Reconocimiento de medios, procesos y redes de comunicación comunitaria y alternativa.

b. Acciones encaminadas al reconocimiento y legitimación de la comunicación comunitaria y alternativa a nivel institucional y comunitario.

c. Creación y fortalecimiento de redes de comunicación, para fomentar la articulación de medios.

3. Gestión de la oferta y articulación institucional

Líneas de acción:

a. Promover el acceso a la oferta institucional con la que se cuenta en la actualidad.

b. Generar espacios para el fortalecimiento productivo y social de los medios comunitarios, con un énfasis en juventud.

c. Articular con diferentes entidades distritales y locales la promoción y acceso a fuentes de financiación para los medios comunitarios.

Resultados Esperados

1. Aumento de las capacidades organizativas.
2. Reconocimiento de los medios de comunicación comunitaria y alternativa por su importancia en los procesos sociales, culturales y políticos.
3. Mayor acceso a la oferta institucional distrital.
4. Los medios podrán acceder hasta el 10% de los recursos destinados a gastos en servicios de divulgación y comunicaciones de las entidades del Distrito.

Productos Esperados

- Lineamientos técnicos para acceso de los Medios de Comunicación Comunitaria a los gastos de divulgación en las entidades públicas de DC.
- 1.077 Medios de Comunicación Comunitaria fortalecidos.
- 5.700 personas formadas en la cátedra de comunicación y periodismo investigativo.

- 26.612 millones de pesos en incentivos para el fortalecimiento (Fondo Chikaná) mediante programas de fomento para la cultura, se destinarán a 1.857 Medios de Comunicación Comunitaria.
- Un programa de Autosostenibilidad Económica y Organizativa para integrantes de Medios de Comunicación Comunitaria y Alternativa.
- 704 jóvenes comunicadores formados a través de semilleros de comunicación comunitaria en la Escuela de la Participación del IDPAC.
- 12 ruedas de negocio con los medios de comunicación comunitaria registrados en el directorio.
- Un portafolio de servicios para los medios de comunicación comunitaria registrados en el directorio del IDPAC actualizado anualmente.
- 19 instancias locales de medios de comunicación comunitaria fortalecidas.

Seguimiento

La evaluación de la política pública estará a cargo del Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal- (IDPAC), para mejorar el diseño, la implementación, la ejecución y los efectos de la política a través de la toma de decisiones.

Se tendrán dos momentos de evaluación:

1. Una evaluación intermedia de productos para lo cual se contará con el avance de los indicadores definidos y las metas establecidas a mitad del periodo de implementación.
2. Una evaluación de resultados que se realizará al finalizar el periodo 2034 con base en los indicadores de resultado planteados en la política pública.

 /participacionbogota

 @bogotaparticipa

 @participacionbogota

 /participacionbogota

www.participacionbogota.gov.co



IDPAC

BOGOTÁ

