



[participacionbogota](#)

[@bogotaparticipa](#)

[@participacionbogota](#)

[BogotaParticipa](#)

[participacionbogota](#)



## 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

La política pública busca fortalecer las capacidades organizativas de los medios comunitarios y alternativos para alcanzar sus propósitos; promover el reconocimiento de los procesos por parte de la institucionalidad y las comunidades como promotores en el desarrollo social, cultural y político e incrementar el acceso a los recursos logísticos y económicos para el ejercicio de los procesos de comunicación comunitaria.

## Ejes de la Política Pública

A partir del momento en el que la política pública entra en funcionamiento se avanzará en:

- 1. El fortalecimiento las capacidades organizativas de los medios comunitarios, incorporando los enfoques de políticas públicas con énfasis en la promoción de los temas de paz y reconciliación.**

El eje se realizará a través de acciones de fortalecimiento organizativo de las personas integrantes de los medios; fortalecimiento de los medios como escenarios de mediación de paz y de diálogo público; formación de la ciudadanía en comunicación comunitaria y desarrollo de contenidos sobre la promoción de los derechos humanos y programas de educación y cultura.

- 2. Gestión comunicativa de la política**

Los medios comunitarios serán reconocidos en procesos y redes de comunicación comunitaria y alternativa, todo en pro de la legitimación a nivel institucional y comunitario y la creación de redes de comunicación, para fomentar la articulación de medios.

- 3. Gestión de la oferta y articulación institucional**

La oferta institucional para los medios se promoverá aún más que en la actualidad, con esto se generarán espacios para el fortalecimiento productivo y social de los medios comunitarios, con un énfasis en juventud. Para fomentar esta participación, se articulará con diferentes entidades distritales y locales la promoción y acceso a fuentes de financiación para los medios comunitarios.

## Resultados Esperados

A 2034 aumentarán las capacidades de los medios de comunicación comunitaria y alternativa, quienes recibirán mayor reconocimiento por parte de la ciudadanía por su importancia en los procesos sociales, culturales y políticos. Además, los medios comunitarios tendrán mayor acceso a la oferta institucional distrital y podrán acceder hasta el 10% de los recursos destinados a gastos en servicios de divulgación y comunicaciones de las entidades del Distrito.

## Productos esperados

Con esta política pública se espera fortalecer a 1.077 Medios de Comunicación Comunitaria, crear lineamientos técnicos para acceso a los gastos de divulgación en las entidades públicas del Distrito y formar 5.700 personas en la cátedra de comunicación y periodismo investigativo.

Se entregará 26.612 millones de pesos en incentivos para el fortalecimiento a través del fondo Chikaná e incentivos mediante programas de fomento para la cultura. Esto se destinará a 1.857 medios.

Se creará el programa de Autosostenibilidad Económica y Organizativa. A través de la Escuela de la Participación del IDPAC, 704 jóvenes comunicadores se formarán en semilleros de comunicación comunitaria. Se realizarán doce ruedas de negocio, un portafolio de servicios y se fortalecerán 19 instancias locales de medios.

“Con esta política pública se espera fortalecer a:

**1.077**  
Medios de Comunicación Comunitaria”

“A través del Fondo Chikaná y de programas de fomento para la cultura se destinarán:

**26.612 millones**  
a los Medios de Comunicación Comunitaria y Alternativa”

## Seguimiento

La evaluación de la política pública estará a cargo del Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal (IDPAC), con el objetivo de 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, 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, y otra de resultados que se realizará al finalizar el periodo 2034 con base en los indicadores de resultado planteados en la política pública.

Alexander Reina Otero  
Director del IDPAC

Andrea García Albarraacín  
Subdirectora de Fortalecimiento de la Organización Social

Omaira Morales Arboleda  
Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones

Redacción, corrección de estilo, diagramación y fotografía  
Oficina Asesora de Comunicaciones del IDPAC