

Decreto 428 de 2023



Política Pública Distrital de **COMUNICACIÓN COMUNITARIA y ALTERNATIVA**



Fotografía por: Sebastián Díaz | Archivo Secretaría Distrital de Planeación



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

SECRETARÍA DE
PLANEACIÓN



Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria y Alternativa

OBJETIVO

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



Vigencia **2023-2034**

LOGROS PRIMER SEMESTRE 2024



Caracterización de medios

Se identificaron 54 medios de comunicación comunitaria y alternativa que han recibido asistencia técnica para mejorar su capacidad de participación en sectores como TIC (43 %), impresos (22 %), sonoros (19 %) y audiovisuales (17 %), que se distribuyen principalmente en las localidades de Kennedy (19 %) y Suba (11 %).



Formación para jóvenes

La Escuela de Comunicación Comunitaria del Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal (IDPAC) fomenta la creación de contenidos educomunicativos y el fortalecimiento de la gestión creativa de narrativas en las comunidades educativas, para disminuir brechas entre colegios públicos y privados y dotar a los estudiantes con herramientas esenciales para su desarrollo personal y profesional.



Fortalecimiento de competencias

Mediante "Herramientas para el Fortalecimiento de Medios Comunitarios" se formaron 89 personas en temas relacionados con competencias técnicas, legales y de gestión comunitaria, con mayor impacto en las localidades de Bosa, Kennedy y Ciudad Bolívar. Se destaca la participación de mujeres (65 %).



Becas

El programa "Beca de Comunicación Comunitaria", otorgó becas a 30 medios comunitarios para promover la interculturalidad y fortalecer los medios en las diversas comunidades del Distrito, con el fin de enriquecer el panorama cultural de Bogotá.



Secretaría Distrital de Planeación
Subsecretaría de Políticas Públicas y Planeación Social y Económica
Dirección de Formulación y Seguimiento de Políticas Públicas
Informe de Seguimiento Plan de Acción Política Pública Comunicación
Comunitaria y Alternativa.
Corte: junio 30 de 2024
Octubre 2024

1. INTRODUCCIÓN

El informe de seguimiento¹ evalúa los avances en la implementación de la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria y Alternativa para el año 2024, hasta el 30 de junio. El análisis, realizado por la Secretaría Distrital de Planeación, examina las gestiones de los sectores responsables desde la adopción de las políticas. El objetivo es generar información útil para el control ciudadano y evaluar posibles ajustes necesarios para alcanzar los objetivos propuestos. El seguimiento se realiza siguiendo la metodología establecida por la Secretaría Técnica del CONPES D.C. y se basa en un instrumento de reporte que mide el cumplimiento de los productos y resultados según los indicadores² y metas³ establecidos.

2. GENERALIDADES DE LA POLÍTICA PÚBLICA

La Política Pública de Comunicación Comunitaria y Alternativa, socializada en el marco del Consejo de Política Económica y Social del Distrito Capital y adoptada a través del Decreto Distrital No. 428 de 2023, tiene como objetivo “Promover la comunicación comunitaria y

¹ Seguimiento: es el momento del ciclo de la política que gestiona y analiza la información que se produce y permite tomar decisiones en curso para efectuar ajustes que encaminen en el cumplimiento de los objetivos propuestos.

² Indicador: son expresiones de las variables cuantitativas y cualitativas, mediante las cuales pueden medirse los logros alcanzados, observar los cambios vinculados con una intervención o analizar los resultados de una institución.

³ Meta: es la expresión concreta y cuantificable de lo que se quiere alcanzar en un periodo definido, trátase de efectos o productos.

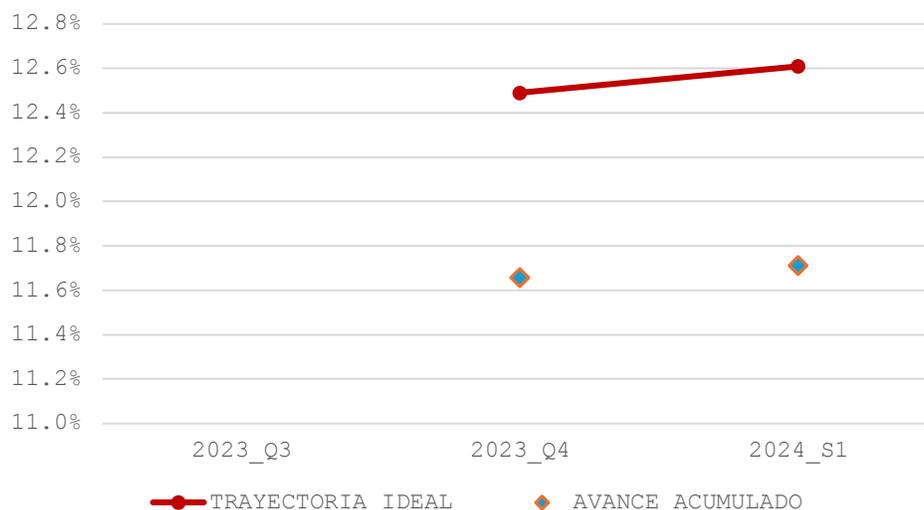


alternativa como proceso para la construcción democrática de Bogotá D.C., a partir del fortalecimiento organizativo de los medios comunitarios y alternativos”.

3. AVANCES DE LA POLÍTICA.

Para los cálculos de avance de la política se utilizan los reportes cuantitativos acumulados de los productos contrastados frente la meta correspondiente y la importancia relativa⁴ asignada a cada producto en el plan de acción. La trayectoria ideal de la política corresponde al avance esperado a junio de 2024 de acuerdo con la meta programada. Estas dos variables⁵ se comparan para determinar a partir de la brecha⁶ si la política tiene un retraso o una sobre ejecución.

Gráfico 1. Avance acumulado y trayectoria ideal de la Política Pública



Fuente: Elaboración Propia SDP – Seguimiento 2024-1 Política Pública

⁴ Importancia relativa: Suma de la importancia relativa de cada uno de los productos vinculados al objetivo

⁵ Variable: es algo que puede tomar distintos valores en el tiempo, es un elemento del sistema bajo análisis, que es inestable, inconstante y mudable.

⁶ La brecha se calcula restando la trayectoria ideal con el avance.



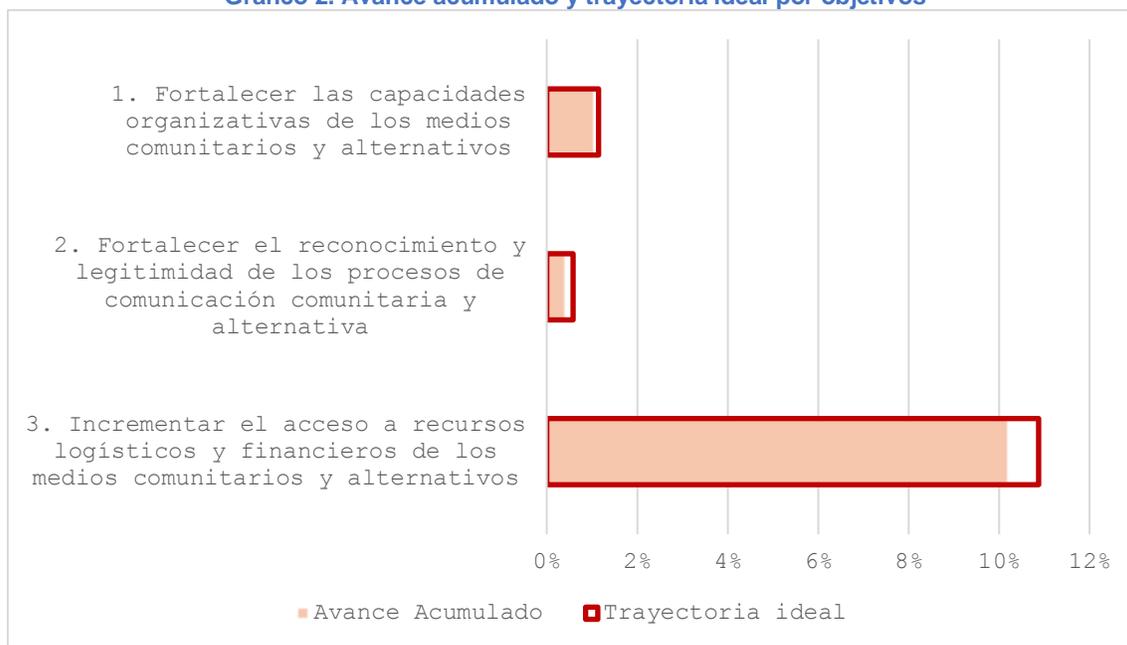
Para el corte a junio 30 de 2024, el avance acumulado de la política alcanzó un 11.7%. Entendiendo que la trayectoria ideal de implementación debería ser de 12.6% de avance, actualmente tiene una brecha negativa de 0.9% (gráfico 1).

4. AVANCES POR OBJETIVOS.

La política pública y su plan de acción están compuestos por 3 objetivos específicos y 13 productos.

En la gráfica 2 se presenta la trayectoria ideal de los objetivos que conforman la política y se acompañan del avance acumulado⁷ de los productos que conforman cada objetivo. Al comparar la trayectoria ideal contra el avance acumulado se puede encontrar una brecha negativa lo cual significa que hay productos del objetivo que no cumplieron la meta programada, una brecha positiva lo cual significa que hay productos del objetivo que tienen una sobre ejecución frente a la meta programada o no existir brecha lo cual se puede interpretar como que el objetivo cumplió con la meta programada. (gráfico 2).

Gráfico 2. Avance acumulado y trayectoria ideal por objetivos



⁷ Avance acumulado: Corresponde al cálculo del avance acumulado sobre la meta total del indicador.



Objetivo 1: Está conformado por 4 productos y la ponderación es de 23.50%, el cual presenta una brecha negativa de 0.08% con rezago del producto 1.1.4. Formación de la ciudadanía en comunicación comunitaria con una ponderación de 3.50%.

Objetivo 2: Está conformado por 3 productos y la ponderación es de 21.50%, el cual presenta una brecha negativa de 0.15% con rezago del producto 2.1.3. Reconocimiento a la labor de los medios comunitarios y alternativos entregados en el marco a los premios a la participación con una ponderación de 7.0%,

Objetivo 3: Está conformado por 6 productos y la ponderación es de 55.00%, el cual presenta una brecha negativa de 0.67% con rezago de los productos 3.1.1. Incentivos para el fortalecimiento de los medios comunitarios y alternativos entregados en el marco Del Fondo Publico Chikaná con una ponderación de 10.00%; 3.1.3 Ruedas de negocios como escenario para potenciar el emprendimiento de los medios de comunicación comunitaria y alternativa realizadas con una ponderación de 8.00% y 3.2.3. Formación de integrantes de medios comunitarios y alternativos para presentar propuestas de presupuestos participativos con cargo a recursos de fondos de desarrollo local con una ponderación de 9.00%.

5. ESTADO DE AVANCE DE LOS PRODUCTOS

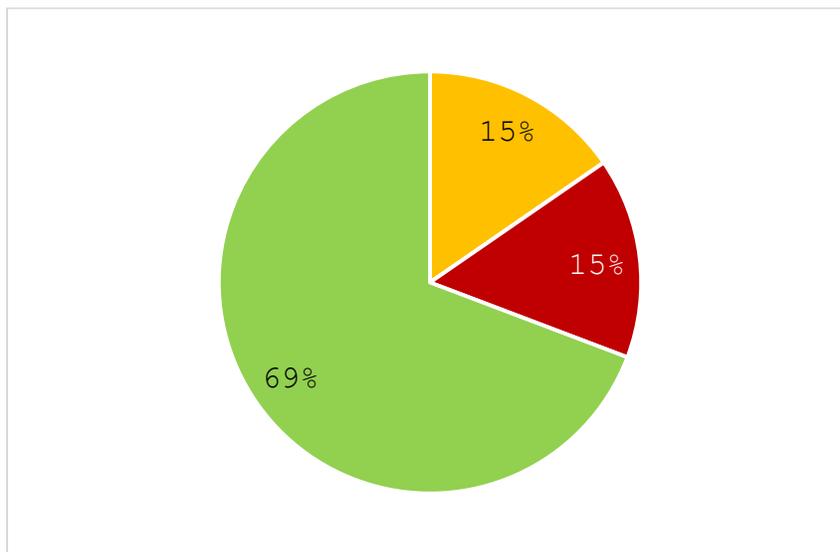
Con la intención de explicar en detalle cuáles son los productos de la política que pueden estar marcando la implementación hacia un mayor o menor nivel de avance, se construyeron una serie de mediciones tipo 'semáforo', de forma que se pueda identificar diferentes niveles de cumplimiento desde la adopción de la política.

Los productos con un avance superior a 125% frente a la meta (de la vigencia o de la trayectoria esperada) se consideran en avance con "sobre ejecución" y tienen asignado el color azul, los productos con avance superior a 75% frente a la meta (de la vigencia o de la trayectoria esperada) se consideran en un avance "Alto" y tienen asignado el color verde. Aquellos que han alcanzado un avance en el rango de 51%-75% se consideran con un



cumplimiento “Medio” y se presentan en color amarillo. Por su parte, el color rojo identifica los productos con un avance “Bajo”, con un avance menor o igual al 50%.

Gráfico 3. Estado de avance de productos hasta la Vigencia



Fuente: Elaboración Propia SDP – Seguimiento 2024-1 Política Pública



Avance +125%
Productos con
Sobre ejecución



Avance +75%
Productos con
cumplimiento alto



Avance +50%-75%
Productos con
cumplimiento medio



Avance menor o igual
al 50% Productos con
cumplimiento bajo

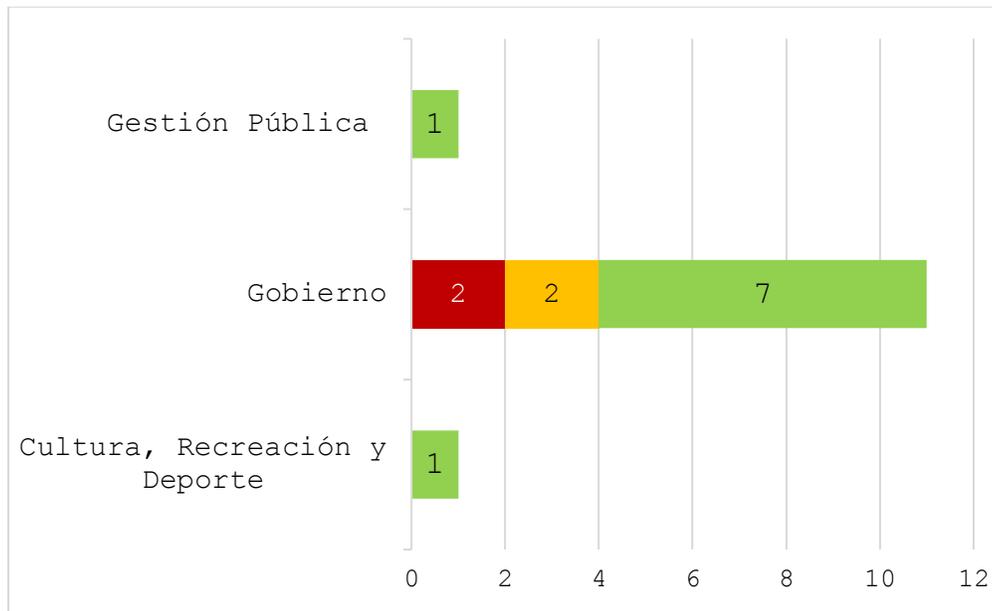
La gráfica 3 muestra el porcentaje de productos que se encuentran en los respectivos rangos de avance mencionados. Para esta política, un 69% de los productos cuentan con un nivel de cumplimiento alto, el 15% se encuentra con un nivel de cumplimiento medio, un 15% de los productos cuentan con un nivel de cumplimiento bajo y un 0% de los productos cuentan con un nivel de cumplimiento en sobre ejecución.

6. PRODUCTOS POR SECTOR RESPONSABLE

La siguiente gráfica muestra la cantidad de productos por sector de la Administración Distrital responsable de la implementación de los productos.



Gráfico 4. Productos por sector responsable



Fuente: Elaboración Propia SDP – Seguimiento 2024-1 Política Pública



Con relación a la ejecución por sectores, se identifica que los productos liderados por los sectores de Cultura, Recreación y Deporte y Gestión Pública presentan una correcta ejecución en el plan de acción de la política, mientras que el sector Gobierno, con más productos a su cargo, tiene dos productos con cumplimiento bajo 3.2.3 y 3.1.3; y dos productos en cumplimiento medio 2.1.3 y 1.1.4. (gráfico 4).

7. APORTES DE LA POLÍTICA PÚBLICA A LA CIUDAD

- Los medios de comunicación comunitarios y alternativos son una herramienta esencial para fomentar la participación y el empoderamiento de las comunidades locales. Hasta junio de 2024, se han identificado 54 medios que han sido caracterizados y han recibido asistencia técnica, lo que ha permitido desarrollar planes de fortalecimiento. Con una diversidad de sectores que incluye TIC (43%), impresos (22%), sonoros (19%) y audiovisuales (17%), estos medios representan



una amplia variedad de plataformas, facilitando la expresión de distintos grupos comunitarios. Este enfoque contribuye al pluralismo informativo, permitiendo a los ciudadanos acceder a una mayor diversidad de información localizada, lo cual es fundamental para una democracia inclusiva y representar.

- Se logró capacitar a 89 personas en herramientas para el fortalecimiento de medios comunitarios durante el primer semestre de 2024. A través del curso virtual "Herramientas para el Fortalecimiento de Medios Comunitarios", se cualificó a miembros de medios comunitarios en aspectos técnicos, legales y de gestión comunitaria, contribuyendo al fortalecimiento de la comunicación comunitaria en el Distrito.
- El Fondo Público Chikaná ha iniciado su proceso de convocatoria, con la meta de fortalecer 55 medios comunitarios y alternativos. Actualmente, 13 medios se encuentran en la etapa de revisión de documentos, un paso previo a la selección de los proyectos que recibirán financiamiento. Esta convocatoria representa una oportunidad única para impulsar la participación ciudadana y fortalecer la comunicación comunitaria.
- El Programa Distrital de Estímulos ha cumplido con su objetivo de apoyar el desarrollo de propuestas de formación y creación en medios comunitarios. Al otorgar 30 becas, se ha logrado fortalecer el tejido social, visibilizar las realidades locales y promover la participación ciudadana. Los proyectos ganadores, actualmente en ejecución, están generando un impacto positivo en sus comunidades y enriqueciendo la oferta cultural de Bogotá.

8. IMPLEMENTACIÓN DE LOS ENFOQUES⁸

La política de comunicación comunitaria adopta un enfoque territorial que concibe a las comunidades como sujetos activos en la producción y distribución de información. Al descentralizar la comunicación y situarla en el contexto local, se busca fortalecer la

⁸ Enfoque: se entiende como la forma de dirigir la atención o el interés hacia un asunto para lograr una mayor comprensión de las realidades, situaciones y necesidades sociales, que permita dar respuestas pertinentes por parte del Estado.



diversidad cultural, promover la inclusión social y garantizar el derecho a la comunicación de todos los sectores de la población.

La implementación de la ruta de fortalecimiento de medios comunitarios y alternativos ha permitido identificar una distribución significativa en las localidades de Bogotá. A partir del análisis realizado, se presentan los siguientes resultados:

- Distribución de medios comunitarios y alternativos: De los 54 medios identificados en la ruta de fortalecimiento, se destaca una mayor concentración en las localidades de Kennedy (19%) y Suba (11%), lo que representa el mayor porcentaje de medios en estas dos áreas. Entre el 5% y el 10% de los medios se encuentran en las localidades de Bosa, Engativá, Fontibón, La Candelaria, Puente Aranda, Rafael Uribe Uribe, Teusaquillo y Usme.
- La iniciativa de formación en comunicación comunitaria capacitó a 97 ciudadanos en 19 localidades de Bogotá. Las localidades de Bosa (12), Kennedy (11) y Suba (9) concentraron la mayor participación, esta acción fortalece la participación ciudadana y el desarrollo de habilidades comunicativas en los habitantes de cada localidad.
- La formación en comunicación comunitaria, dirigida a 97 ciudadanos de 19 localidades de Bogotá, ha generado resultados positivos. Las localidades de Bosa, Kennedy y Suba, con 12, 11 y 9 participantes respectivamente, evidenciando un interés particular de estas comunidades por desarrollar sus habilidades comunicativas. Esta acción contribuye a construir una ciudadanía más activa y empoderada en toda la ciudad.
- En el marco del Fondo Público Chikana, se otorgaron incentivos para el fortalecimiento de medios comunitarios y alternativos en Bogotá. Los medios inscritos se encuentran distribuidos en diversas localidades: Kennedy cuenta con 3 medios, mientras que Fontibón y Engativá tienen 2 cada una. Además, se registraron medios en Bosa, Suba, Barrios Unidos, Teusaquillo, Mártires y Puente Aranda, con uno en cada una de estas localidades, demostrando una distribución amplia y representativa de los medios comunitarios en el territorio distrital.

9. ACCIONES PARA MEJORAR



- En el reporte correspondiente al primer semestre de 2024, se identificaron tres productos con bajo nivel de cumplimiento: 1.1.4, 3.1.3 y 3.2.3, a cargo de la Secretaría de Gobierno. Durante la mesa de trabajo se resaltó la necesidad de validar la información reportada desde 2023, dado que el rezago en la ejecución de estos productos es significativo y está afectando el seguimiento general. En particular, los productos 3.1.3 y 3.2.3, que tenían fecha de inicio en el segundo semestre de 2023, no cuentan con reporte del periodo 2023 ni con avances registrados para el primer semestre de 2024. Se recomienda realizar la validación de la información, reportar las acciones desarrolladas hasta la fecha, y revisar las metas programadas para garantizar el cumplimiento efectivo en los próximos reportes.
- En relación con el producto 2.1.3, correspondiente al "Reconocimiento a la labor de los medios comunitarios y alternativos" en el marco de los Premios a la Participación, se ha identificado que no ha habido avances según el análisis de la respuesta del IDPAC. Esto genera una alerta, ya que no se cuenta con una metodología definida para la entrega de los cuatro reconocimientos programados para 2023, de acuerdo con el concepto emitido por la entidad.
La ficha técnica del producto establece que la medición debe realizarse utilizando actas, listados de asistencia y registros audiovisuales del evento, lo cual fue aprobado previamente como lineamiento metodológico. Por lo tanto, es sugerimos que el IDPAC realice los ajustes pertinentes para cumplir con las metas establecidas y aplicar las metodologías aprobadas para la medición de los resultados.



Anexo 1: Semáforo por indicadores de producto

Los porcentajes de avance que se muestran en el anexo corresponden a las siguientes mediciones:

- El porcentaje de avance en la vigencia (PAV) se refiere al progreso logrado durante el periodo actual o vigencia en comparación con la meta establecida para dicho periodo. Esta medida ofrece una visión del avance actual de un indicador en relación con los objetivos a corto plazo.
- El porcentaje de avance hasta la vigencia (PAHV) se refiere al progreso acumulado logrado durante todas las vigencias desde el inicio de su ejecución hasta la fecha de corte, en comparación con la meta programada acumulada hasta el mismo periodo de análisis. Esta medida ofrece una visión del avance real de un indicador en relación con su trayectoria ideal.
- El porcentaje de avance acumulado (PAA) se refiere al progreso acumulado logrado durante todas las vigencias en las que se ha realizado seguimiento al indicador desde el inicio de la ejecución, en comparación con la meta final programada. Esta medida ofrece una visión del avance en el largo plazo.

La tabla que se relaciona a continuación presenta los niveles de cumplimiento en la implementación de los productos de la política

	Sobre ejecución
	Cumplimiento alto
	Cumplimiento medio
	Cumplimiento bajo



Producto esperado	Nombre indicador de Producto	Tipo de anualización	Periodicidad de medición del indicador	Avance 2024	Meta 2024	Porcentaje de Avance durante la Vigencia	Porcentaje de Avance hasta la vigencia	Porcentaje de Avance Acumulado
1.1.1 Fortalecimiento de los medios comunitarios y alternativos a través del Modelo de Fortalecimiento del IDPAC. (IFMC).	Número de medios comunitarios y alternativos en ruta de fortalecimiento	Suma	Anual		55,00		 100,0%	 12,1%
1.1.2 Formación a través del Programa de Autosostenibilidad Económica y Organizativa para integrantes de medios comunitarios y alternativos	Número de integrantes de medios comunitarios y alternativos formados en capacidades de autosostenibilidad económica y organizativa	Suma	Anual		30,00			
1.1.3. Fortalecimiento de los procesos e instancias de comunicación comunitaria local	Número de procesos e instancias de comunicación comunitaria locales fortalecidas	Constante	Anual		19,00			
1.1.4. Formación de la ciudadanía en comunicación comunitaria	Número de personas formadas en comunicación comunitaria	Suma	Semestral	45%	40000%	 44,5%	 73,0%	
2.1.1. Formación de jóvenes comunicadores y comunicadoras a través de la Escuela de Comunicación Comunitaria del	Número de jóvenes comunicadores formados en la Escuela de Comunicación Comunitaria	Suma	Anual		6400%			
2.1.2 Portafolio de servicios de los medios comunitarios y alternativos en Bogotá actualizados	Número de actualizaciones al portafolio de servicios de los medios comunitarios y alternativos en Bogotá realizadas anualmente	Suma	Anual		1,00			



2.1.3. Reconocimiento a la labor de los medios comunitarios y alternativos entregados en el marco a los premios a la participación	Número de reconocimientos entregados en el marco a los premios a la participación	Suma	Anual		4,00		75,0%	6,3%
3.1.1. Incentivos para el fortalecimiento de los medios comunitarios y alternativos	Número de incentivos entregados mediante el Fondo Publico Chikana	Suma	Anual		5500%		100,0%	12,1%
3.1.2. Incentivos entregados mediante los programas de fomento para la cultura	Número de incentivos entregados mediante los programas de fomento para la cultura	Suma	Anual		5500%			
3.1.3. Ruedas de negocios como escenario para potenciar el emprendimiento de los medios de comunicación comunitaria y	Número de ruedas de negocios realizados.	Suma	Anual		100%		0,0%	0,0%
3.2.1. Actualización de lineamientos para la democratización y participación de los medios comunitarios y	Número de actualizaciones de lineamientos para la democratización y participación de los medios comunitarios y	Constante	Quatrienal					
3.2.2. Lineamiento técnico para incorporar el concepto de gasto de fortalecimiento de industrias creativas para los medios	Número de lineamientos técnicos para incorporar el concepto de gasto de fortalecimiento de industrias creativas para los medios	Constante	Anual				100,0%	100,0%
3.2.3. Formación de integrantes de medios comunitarios y alternativos para presentar propuestas de	Número de integrantes de medios comunitarios y alternativos formados para presentar propuestas	Suma	Anual					



